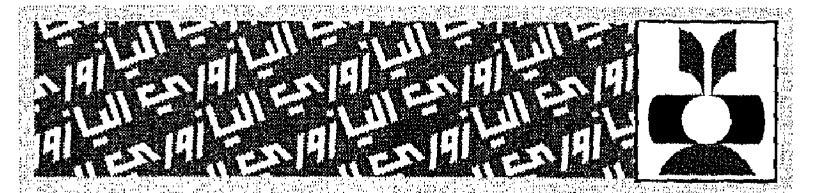


الإعلام
وتأثيره على عقولنا
(الفارونسبي)
الأستاذ:
فاروق راتب النتشة
مكتبة طريق العلم
اليازوري

الإعلام وتأثيره على عقولنا

الإعلام وتأثيره
على عقولنا

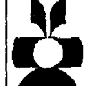
فاروق راتب النتشة



الطبعة العربية -٢٠١٦

رقم الإيداع 2015/ 4 /1588

التحرير : هيئة تحرير
تصميم الغلاف : لضال جمهور
الصف والإخراج: سامي أبو سعدة
المطبعة: سمير منصور للطباعة

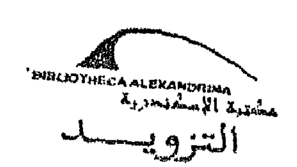
دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع
عمان -العبدلي- مقابل مجلس النواب
هاتف: 4626626 6 962+ تلفاكس: 4614185 6 962+
ص.ب: 520646 الرمز البريدي: 11152
info@yazori.com www.yazori.com

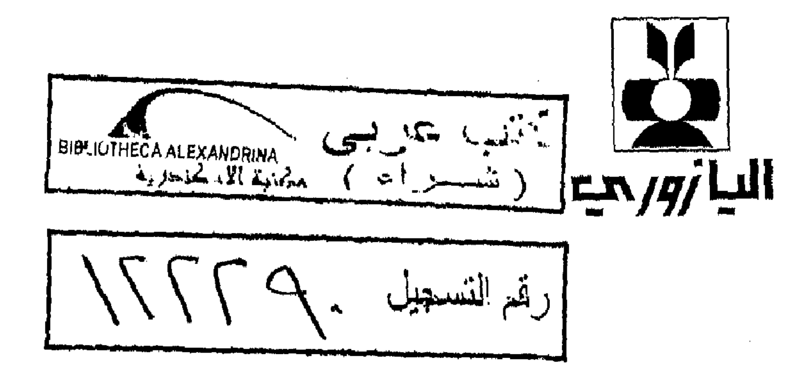
الإعلام وتأثيره على عقولنا

تأليف

الباحث والمخترع/

فاروق راتب النتشة (الفارونسبي)





بسم الله الرحمن الرحيم

الإهــداء

(خاص)

إلى من أنار لي طريق عمري وأسعد صدري ببريق أمل

إلى أصحابي وأصدقائي ورفقاء عمري

إلى خلاني إخوتي وأخواتي

إلى فكري وطني الحبيب {فلسطين}

إلى من يعجز اللسان لوصفة {أبي الحبيب}

إلى أنشودة الحياة و بلسم الزمان ومنبع الحنان{أمي الغالية}

إلى كل من قرأ هذا الكتاب الرائع

نبذة عن حياة المؤلف



فاروق راتب صادق النتشة مواليد عام ١٩٨٩

باحث في العلوم الطبيعة والتنمية البشرية

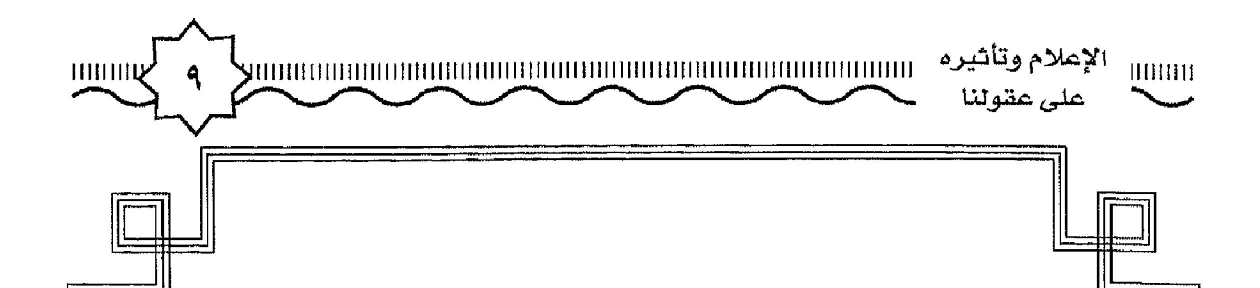
الشهادات:

- حاصل على عدة شهدات تفوق دراسية
- حاصل على شهادة التدريب من مركز التواصل للتنمية البشرية
- حاصل على عدة شهادت في السباحة واللغات والحاسوب
- حاصل على شهادة مشاركة في الجرافولوجي من مركز البردوني للتنمية البشرية
- حاصل على شهادة مشاركة في التخطيط من المركز الدولي
- حاصل على شهادة في التفكير الإبداعي من مركز البردوني التنمية
- حاصل على شهادة من مركز قدرات للتنمية في حتى تكون مؤثرا
- حاصل على شهادة في القراءة السريعة والخرائط الذهنية من مركز البردوني للتنمية
- حاصل على البورد الخليجي في القراءة السريعة والخرائط الذهنية

معلومات أخرى:

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

- جامعي ٢٠٠٩ في كلية (الهندسة)
- جامعي ٢٠٠٧-٢٠٠٩ في كلية الطب سابقا
- ممارس في العلاج بخط الزمن *(TLT)*
- وفي علم الساودجوك
- *(NLP)* دارس لعلم
- البرمجة اللغوية العصبية
- دارس وممارس في الحرية النفسية ***EFT***
- مؤلف كتاب حياتي في خواطري
- مؤلف كتاب منظومة النسبة
- في الفيزياء
- وبالغة الإنجليزية
- ***(ARRANGED OF THE RATIO)***
- صاحب نظرية الفارونسبية
- ويلقب بالفارونسبي
- له العديد من المؤلفات والاختراعات
- السيرة الذاتية كاملة للفاونسبي تجدها في محرك البحث جوجل(فاروق راتب النتشة وعلى اليوتيوب)



الإعلام

◇◇◇◇◇◇◇

هو وسيلة يتم من خلالها نقل حقائق أو معلومات عن طريق المشاهدة أو الاستماع أو الإشارة وتستخدم في ذلك أدوات تقنية وأجهزة مثل التلفاز والراديو وغير ذلك

****

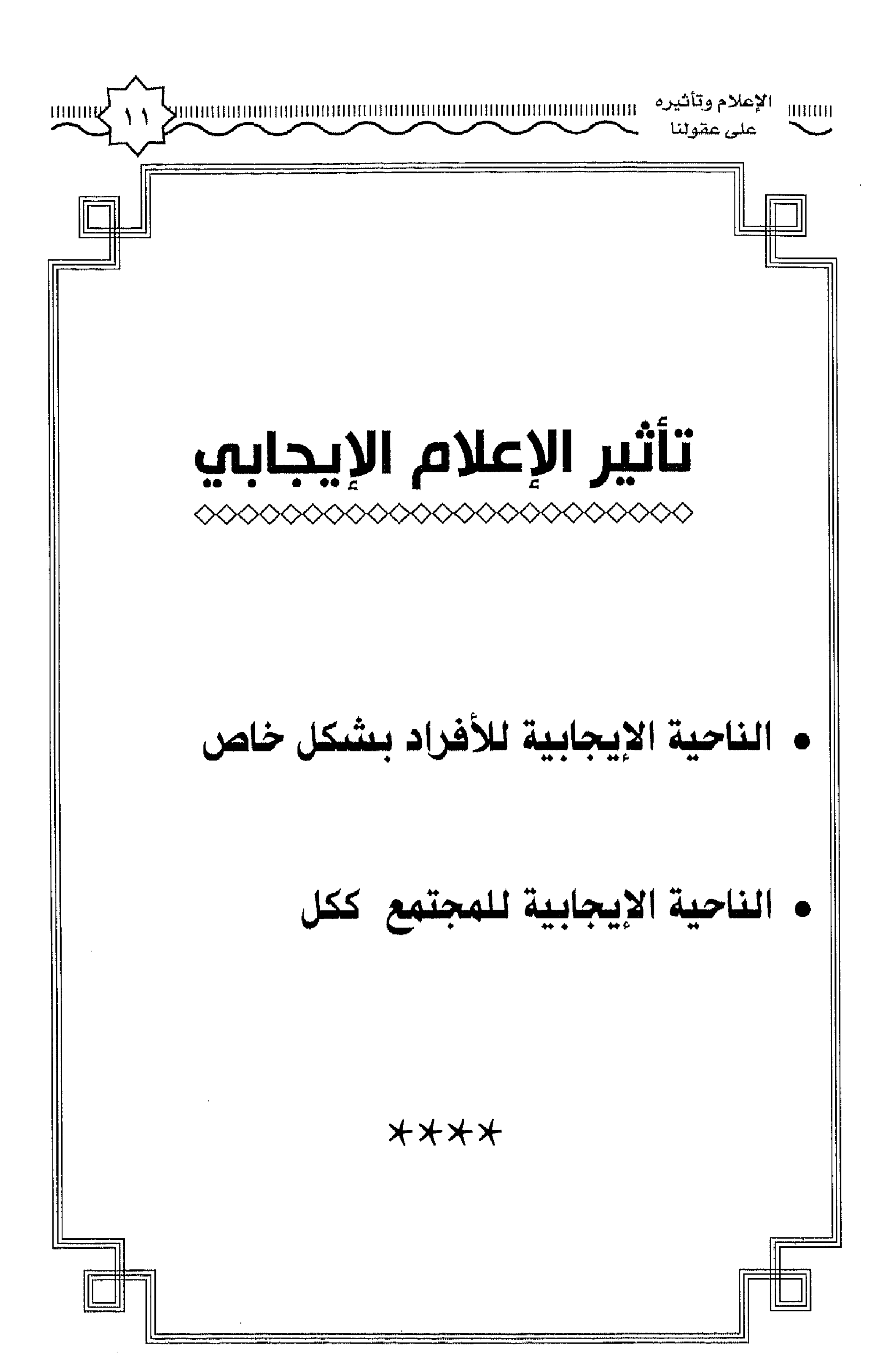


أهداف الإعلام

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

- للترفيه والتسلية
- لنقل حقائق
- لنقل أخبار ومعلومات
- أهداف ثقافية
- تغير وجهات
- أهداف اقتصادية
- التفاعل مع الأحداث

****



تأثير الإعلام الإيجابي

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

- الناحية الإيجابية للأفراد بشكل خاص
- الناحية الإيجابية للمجتمع ككل

****

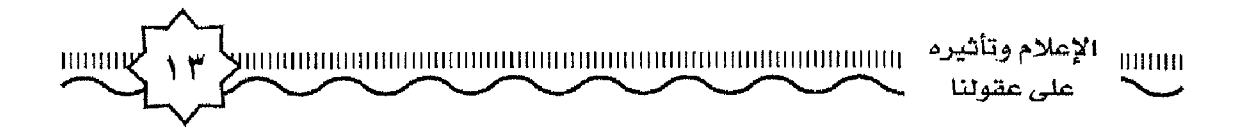


الناحية الإيجابية للأفراد

بشكل خاص

- المعرفة
- تتبع الأخبار
- التواصل مع العالم
- توجيه الفكر
- توجيه العاطفة
- التسلية
- وإيجاد حلول

****



المعرفة

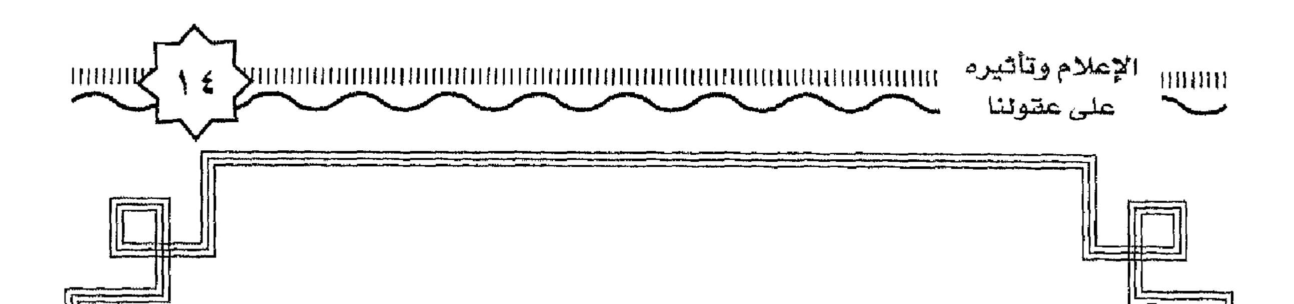
◇◇◇◇◇◇◇◇◇

المعرفة شي مهم في حياة الأفراد والإعلام ينشيء قاعدة للمعرفة من خلال القضايا المختلفة التي يطرحها

فالمعرفة تنقسم إلى عدة أقسام متنوعة:

- المعرفة الفكرية
- المعرفة الاقتصادية
- المعرفة الإخبارية
- المعرفة الاجتماعية
- وغيرها
-

****



تتبع الأخبار

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

الإخبار المتواترة والأحداث المتغيرة تنشأ ثقافة المتابعة من خلال معرفة تلك الأحداث وكيف لنا معرفة ما الذي يحدث في أي بلد حتى كيف لنا أن نعرف أحداث البلد نفسها

- تتبع الأخبار عدة أشكال
- تتبع الأخبار في الحروب والكوارث
- تتبع الأخبار في الظروف الاعتيادية

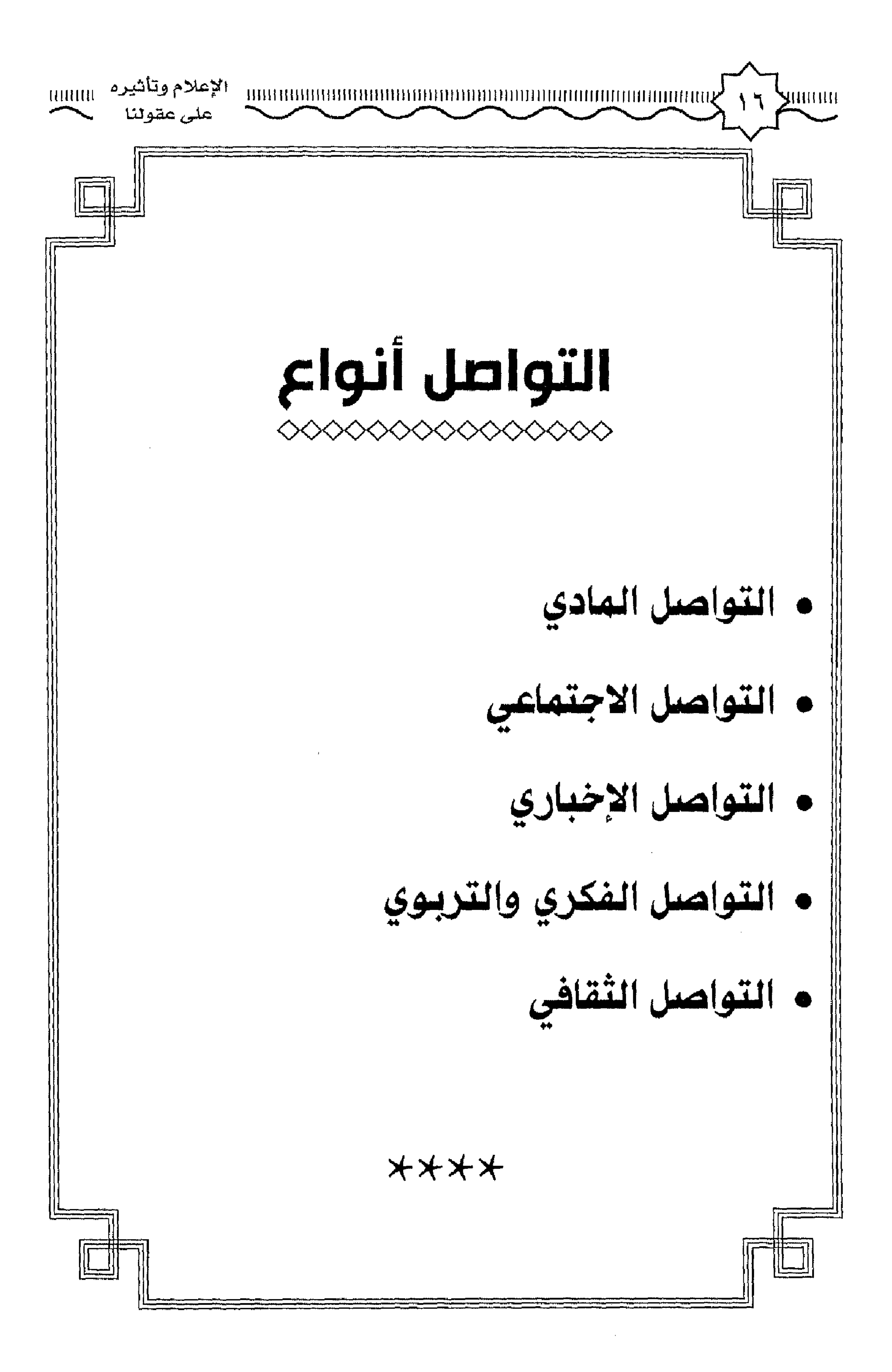
****

التواصل مع العالم

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

العالم كلـه اليـوم أصبح علـى شاشـة صغيرة يمكنك من التواصل مع أنحـاء العالم من خلالها فالإعلام لغة ولغـة الإعلام واضحة فـي التواص ولهذا التواصل مهم في حياة البشر والأفراد

****



أنواع التواصل

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

- التواصل المادي
- التواصل الاجتماعي
- التواصل الإخباري
- التواصل الفكري والتربوي
- التواصل الثقافي

****

توجيه الفكر

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

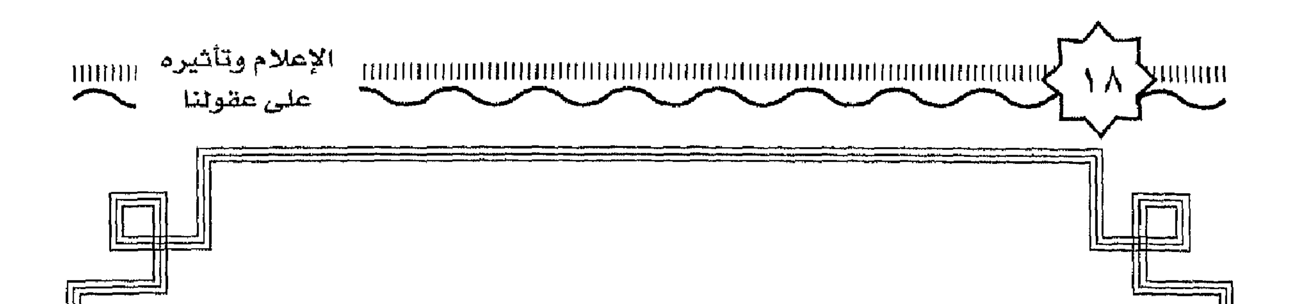
القضايا الفكرية تنشـأ قاعدة فكريـة قد تكون مشـتركة وقد تكون غير مشتركة ولهذا فالتأثير قائم

والتأثير يختلف باختلاف التوافق

التوافق مشترك ⟺ التأثير الفعال والإيجابي

التوافق غير مشترك ⟺ التأثير الإيجابي

****



توجيه العاطفة

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

القضايا العاطفية تنشـأ قاعدة قلبية قد تكون مشتركة وقد تكون غير مشتركة ولهذا فالتأثير قائم

والتأثير يختلف باختلاف التوافق

التوافق مشترك ⟺ التأثير الفعال والإيجابي

التوافق غير مشترك ⟺ التأثير الإيجابي

****

وإيجاد حلول

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

القضايا التي يطرحها الإعلام وتكون مشكلات اجتماعية وفكرية وهذه القضايا تمس حياة الأفراد بشكل مباشر

****



الإعلام وإيجاد الحلول

****

الناحية الإيجابية

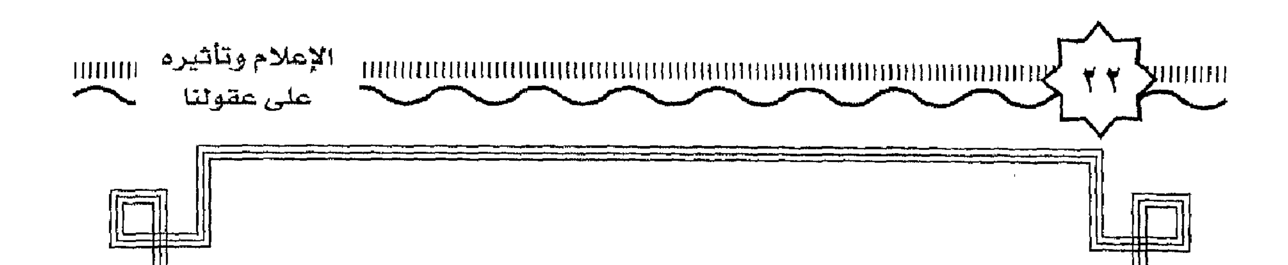
◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

للمجتمع ككل

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

- نقل أخبار المجتمع
- التواصل بين الشعوب المختلفة
- الحالة الاقتصادية
- الحالة الاجتماعية التفاعلية
- توجيه سياسات
- تغير توجهات حول مجتمعات مختلفة

****



نقل أخبار المجتمع

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

المجتمع هو البيت الكبير الذي يضم الأفراد والأحداث ما تنشأ في أي جزء من المجتمع ينتشر إلى كل المجتمع

الإعلام في المجتمع أشبه بالدواء ما أن يصل إلى داخل الجسم ينتشر إلى كل أنحاء الجسم ولهذا فالإعلام ما أن يصل إلى أي مجتمع ينتشر إلى كل أنحاء العالم

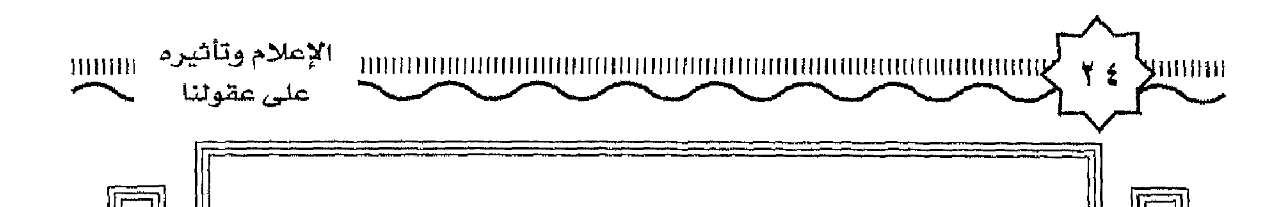
الإعلام القائم داخل مجتمع هو ذات المجتمع القائم على الإعلام

التواصل بين الشعوب المختلفة

كما أن هناك لغة تواصل بين الأفراد، هناك لغة تواصل بين الشعوب من خلال

- نقل ثقافات
- نقل عادات
- نقل قضايا
- نقل تفاعلات
- نقل جماليات المكان

****



الحالة الاقتصادية

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

لـكل مجتمـع اقتصـاده الخـاص والـذي يبني المجتمع ولهذا فالحالة الاقتصادية القائمة على التفاعـل بين المجتمعـات من خلال تبـاد ثقافة الاقتصاد ينشـي قاعـدة بيانات مشـتركة لين المجتمعات المختلفة

الإقتصاد______عبارةعن_____لغة تواصل

****

الحالة الاجتماعية التفاعلية

المجتمع الاجتماعي هو المجتمع الذي يجمع أفراده على ثقافة اجتماعية مبنية على الأخلاق والتواصل ,ولهذا لغة تواصل بين المجتمعات أيضا القضايا الاجتماعية والتفاعلية

الحالة الاجتماعية ← عبارة عن ← لغة تواصل وتفاعل

****



توجيه سياسات

الإعلام لا يؤثر على سياسة المجتمع بقدر ما يوجه تلك السياسة

والتوجيه يكون من خلال



تغير توجهات

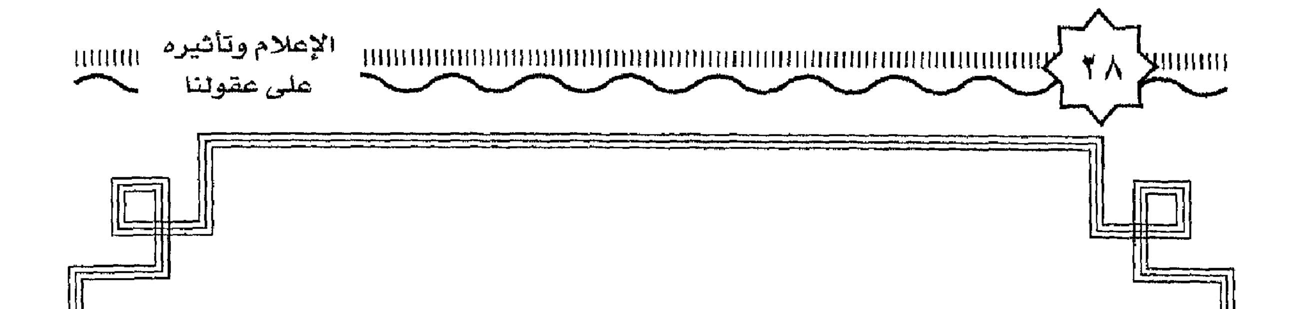
◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

حول مجتمعات مختلفة

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

الأعلام يؤثر كما يؤثر الدواء على الجسم ولهذا فالتوجهات الخاطئة فـي أي مجتمع يتفاعل معها الإعـلام مـن خـلال نقلهـا وبالتالي تأثيـر على المشاهد والمسـتمع وبالتالي يؤثر على الأفكار والتوجهات حـول مجتمـع معين ومن ثـم يغير طريقة توجه الأفـراد ومن ثم يصبـح تغير في التوجهات بشكل أوسع في المجتمع ككل

****



تأثير الإعلام السلبي

- الناحية الســلبية للإعلام على الأفراد بشكل خاص

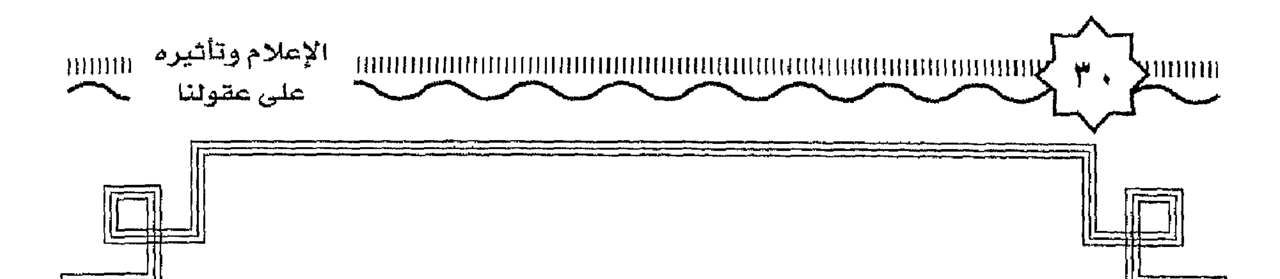
- الناحية السلبية للإعلام على للمجتمع ككل

****

➢ الناحية السلبية للإعلام على الأفراد بشكل خاص

- المعرفة الخاطئة
- تتبع الأخبار الاكتئابية والمحبطة
- التواصل مع مجتمعات غير محببة
- توجيه الفكر بشكل سلبي
- توجيه العاطفة بشكل سلبي
- التسلية المحرمة
- وتعمق المشكلات

****

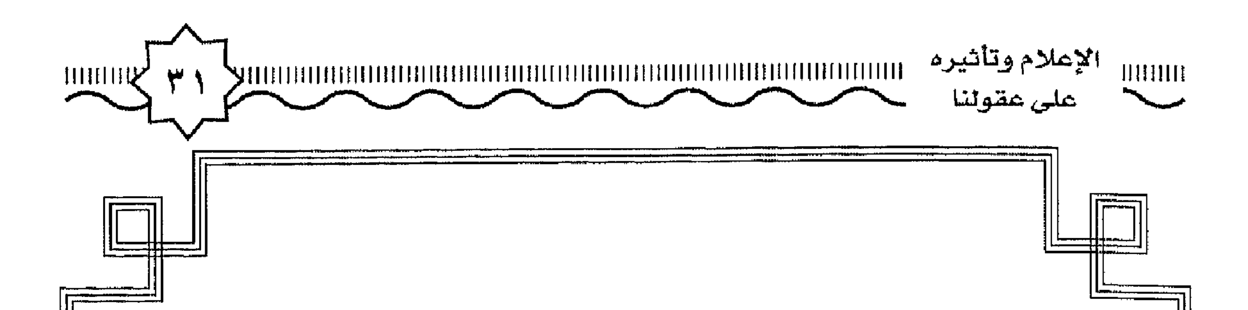


المعرفة الخاطئة

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

المعرفة شي مهم في حياة الأفراد والإعلام ينشئ قاعدة للمعرفة من خلال القضايا المختلفة التي يطرحها

والقضايا التي تمس بعقيدة وتوجهات الأفراد الدينية هي معرفة خاطئة لا بد من تجنبها



➢ **فالمعرفة الخاطئة تنقسم إلى عدة أقسام متنوعة**

المعرفة الفكرية المتناقضة

المعرفـة الاقتصادية المسـيطرة والتي يمتلكها مجمع دون غيره

المعرفة الإخبارية المحبطة

المعرفة الاجتماعية والثقافية مفتوحة السلبية



تتبع الأخبار
◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇
الاكتئابية والمحبطة
◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

الإخبار المتواترة والأحداث المتغيرة تنشـأ ثقافة المتابعة من خلال معرفة تلـك الأحداث وكيف لنا معرفـة ما الذي يحدث فـي أي بلد حتى كيف لنا أن نعرف أحداث البلد نفسها ومعرفة الأخبار بشكل مسـتمر وخصوصا الأخبار المحبطة تولد اكتئاب لـدى الأفـراد مع مـرور الزمـن ورفض الحالة الراهنة بأي شكل من الأشكال

➢ تتبع الأخبار

تتبع الأخبار في الحروب والكوارث

تتبع الأخبار في الظروف الصعبة والمميتة

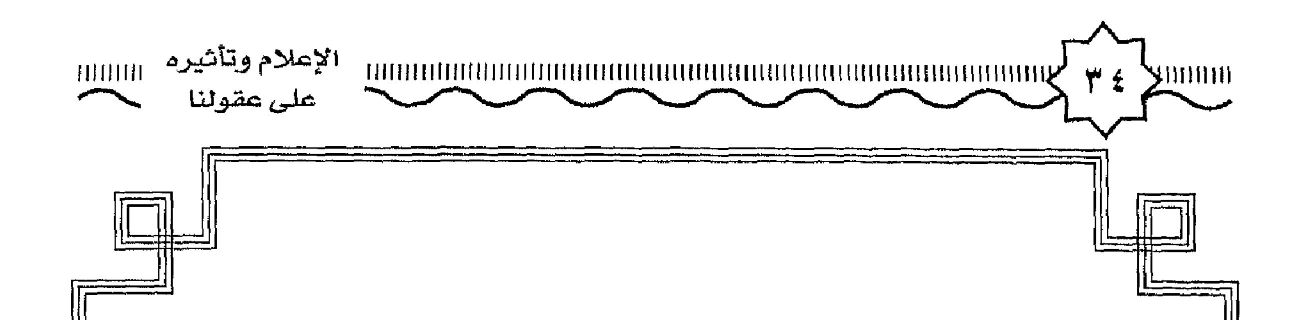
التواصل مع

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

مجتمعات غير محببة

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

العالم كلـه اليـوم أصبح علـى شاشـة صغيرة يمكنك من التواصل مع أنحـاء العالم من خلالها فالإعلام لغة ولغـة الإعلام واضحة فـي التواص ولهذا التواصـل مهم في حياة البشـر والأفراد ولكن يكـون التواصـل سـلبي إذا كان التواصل مـع مجتمعات سـلبية وسـيئة وأفـراد يأخذون أفكارهم من تلك المجتمعات



➢ التواصل الغير محبب أنواع

- التواصل المادي القائم على المصالح فقط
- التواصل العدواني
- التواصل الإخباري من خلال توليد الكره
- التواصل الفكري والتربوي والتأثير السيئ على الثقافة

****

توجيه الفكر بشكل سلبي

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

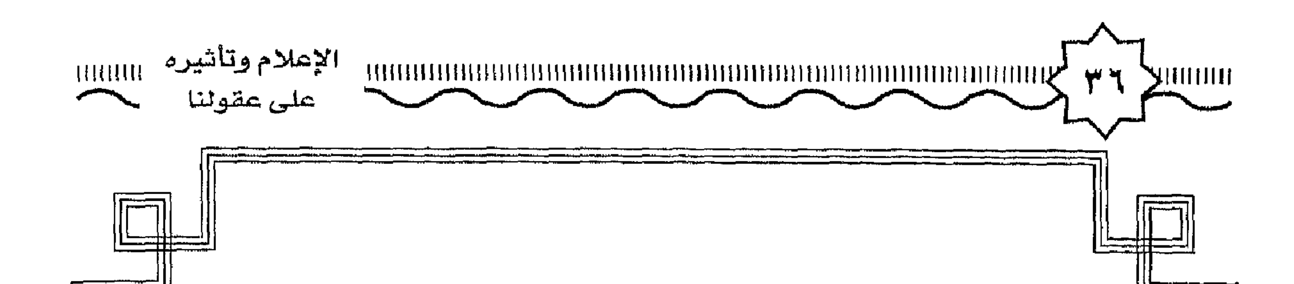
القضايا الفكرية تنشأ قاعدة فكرية قد تكون مشتركة وقد تكون غير مشتركة ولهذا فالتأثير قائم والأفكار التي تولد نوع من المشاحنات والتناقضات العدوانية الفكرية هي توجهات فكرية سلبية

والتأثير السلبي يختلف باختلاف التوافق

التوافق مشترك ⟸ التأثير قليل والسلبية قليله

التوافق غير مشترك ⟸ التأثير عميق والسلبية متمركزة

****



توجيه العاطفة بشكل سلبي

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

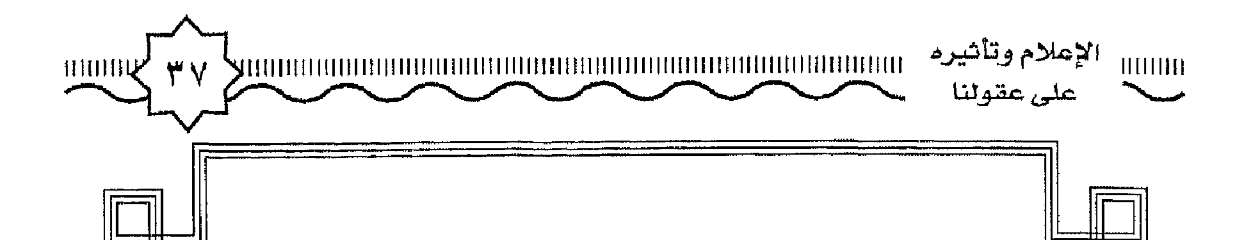
القضايا العاطفية تنشأ قاعدة قلبية قد تكون مشتركة وقد تكون غير مشتركة ولهذا فالتأثير قائم ومشاهدة ومتابعة مسلسلات أو برامج عاطفية لها أهداف سلبية هي أيضا توجها غر اجابية

والتأثير السلبي يختلف باختلاف التوافق

التوافق مشترك ⟸ التأثير قليل والعاطفة مستقرة

التوافق غير مشترك ⟸ التأثير سلبي والعاطفة مدمره

****



تعميق المشكلات

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

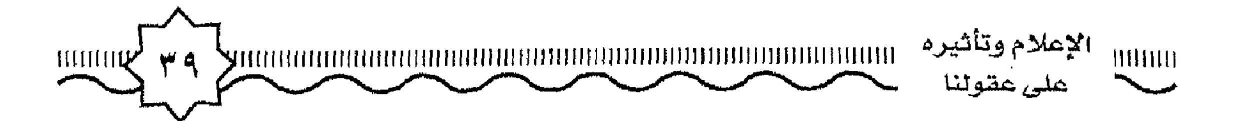
القضايا التي يطرحها الإعلام وتكون مشكلات اجتماعية وفكرية وهذه القضايا تمس حياة الأفراد بشكل مباشر وبالتالي عند عرض المشكلات بشكل غير متوافق مع رؤية مدروسة وتوجه سامي يؤدي إلى تعميق المشكلة والنظرة الى المجتمع وليس حلها.

****



الإعلام وإيجاد الحلول

****



الناحية السلبية

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

للمجتمع ككل

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

- نقل أخبار المجتمع السلبية
- التواصل بين الشعوب المختلفة بشكل خاطئ
- الحالة الاقتصادية القائم على الخسائر
- الحالة الاجتماعية الغير تفاعلية
- توجيه سياسات بشكل سلبي
- تغير توجهات حول مجتمعات مختلفة من خلال التحول من الإيجابية إلى السلبية

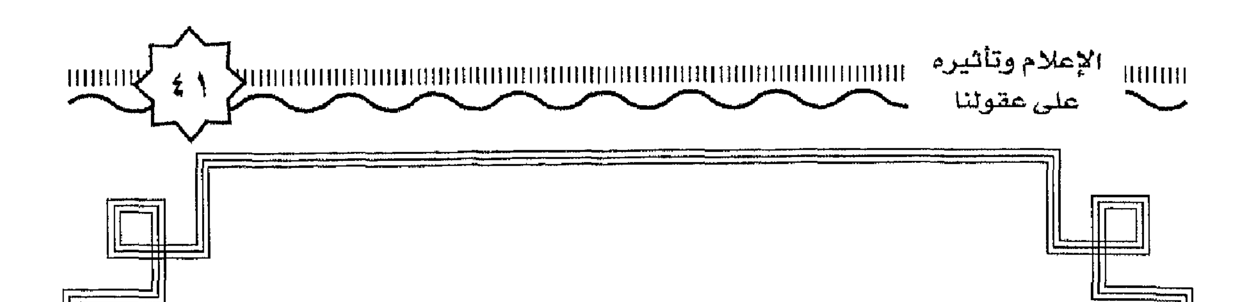
****



➢ نقل أخبار المجتمع السلبية

الإعلام في المجتمع يكون أشبه بالداء عندما يكون هدفه نقل سلبيات الشعوب فقط ما ان يصل الى داخل الجسم ينتشر الى كل أنحاء الجسم ولهذا فالإعلام ما ان يصل الى أي مجتمع ينتشر الى كل أنحاء العالم وكيف إذا كان بشكل سلبي

الإعلام القائم داخل مجتمع سلبي هو ذات المجتمع القائم على الإعلام السلبي



➢ التواصل بين الشعوب المختلفة بشكل خاطئ

كما أن هناك لغة تواصل سلبية بين الأفراد، هناك لغة تواصل بين الشعوب سلبي من خلال

- نقل ثقافات مختلفة سلبية
- نقل عادات سلبية متمركزة
- نقل قضايا تثير المشاعر والعواطف سلبيا
- نقل سلبيات المكان

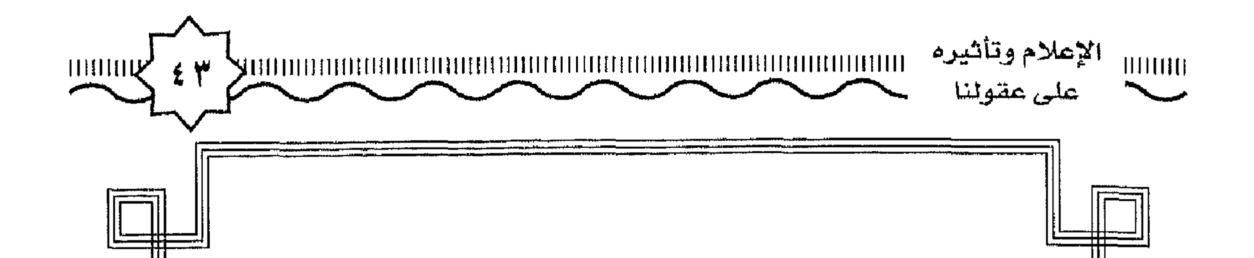
****

➢ الحالة الاقتصادية القائم على الخسائر

لكل مجتمع اقتصاده الخاص والذي يبني المجتمع ولهذا فالحالة الاقتصادية القائمة على عدم التفاعل بين المجتمعات من خلال تبادل ثقافة الاقتصاد السلبي ينشي قاعدة بيانات غير مشتركة

الاقتصاد القائم على الخسائر عبارة عن لغة تحطيم بين الشعوب والأفراد

****

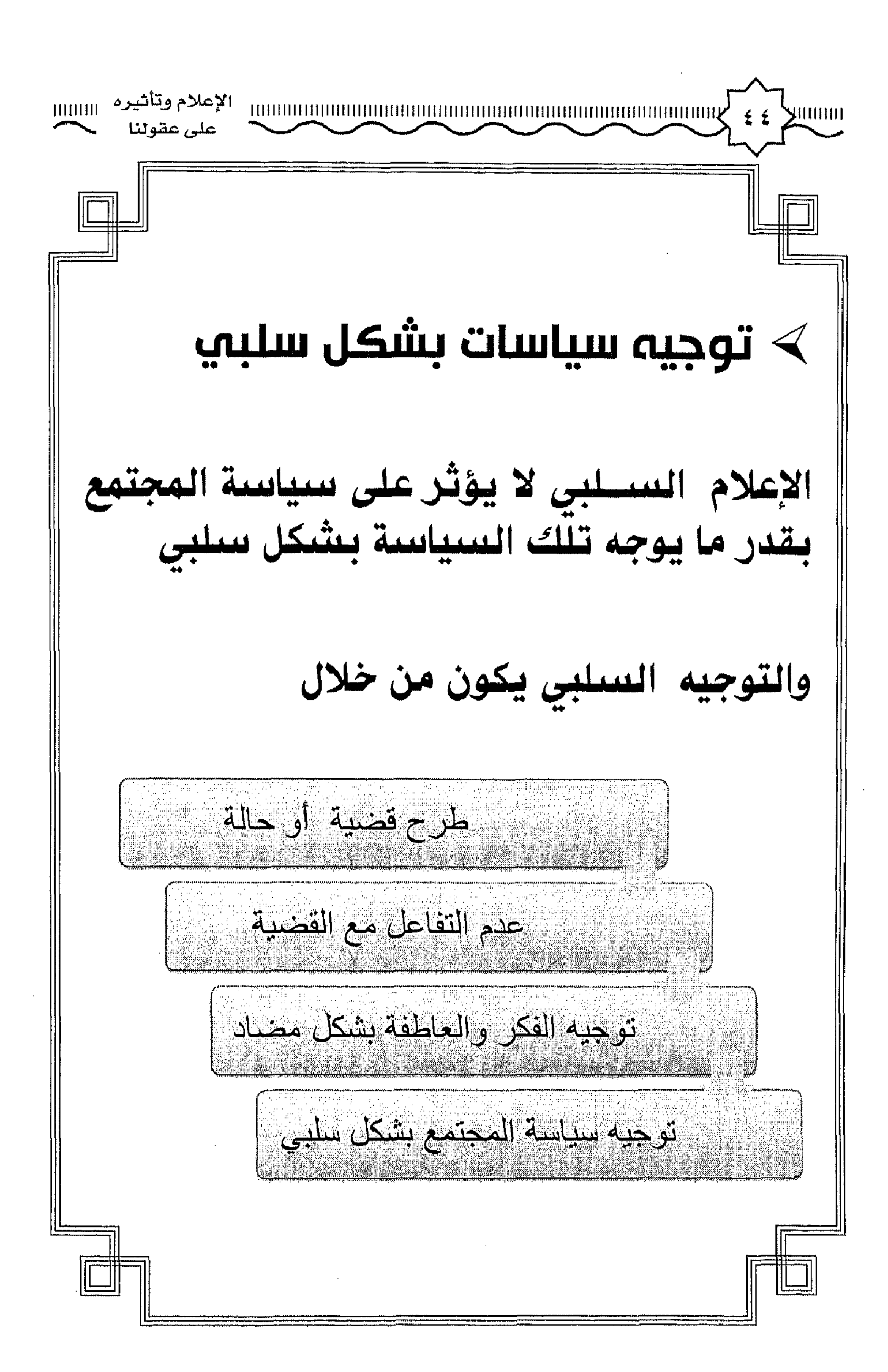


➢ الحالة الاجتماعية الغير تفاعلية

المجتمــع الغيــر اجتماعــي هو المجتمــع الذي يجمــع أفــراده على ثقافــة ســلبية مبنيــة على البغــض وعــدم الإيجابيــة ,ولهذا لغــة التحطيم بين المجتمعــات أيضا القضايــا الإجتماعة الغير تفاعلية

الحالة الاجتماعية الغير تفاعلية ____________
عبارة عن____________لغة تحطيم وسلبية

****

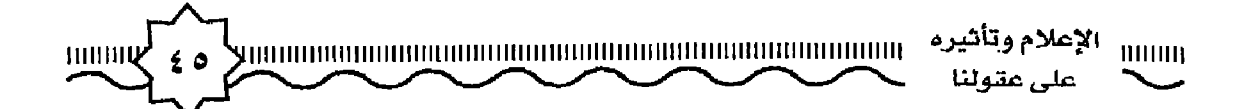


➢ توجيه سياسات بشكل سلبي

الإعلام السلبي لا يؤثر على سياسة المجتمع بقدر ما يوجه تلك السياسة بشكل سلبي

والتوجيه السلبي يكون من خلال

- طرح قضية أو حالة
- عدم التفاعل مع القضية
- توجيه الفكر والعاطفة بشكل مضاد
- توجيه سياسة المجتمع بشكل سلبي



➢ تغير توجهات حول مجتمعات مختلفة من خلال التحول من الإيجابية إلى السلبية

الأعلام يؤثر كما يؤثر الداء والدواء على الجسم ولهذا فالتوجهات الخاطئة في أي مجتمع يتفاعل معها الإعلام من خلال نقلها وبالتالي تأثير على المشاهد والمستمع وبالتالي يؤثر على الأفكار والتوجهات حول مجتمع معين ومن ثم يغير طريقة توجه الأفراد ومن ثم يصبح تغير في التوجهات بشكل أوسع في المجتمع ككل وبالتالي التحول من الايجابية إلى السلبية

****



مقارنات بين
◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇
الإيجابيات والسلبيات
◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

الناحية الإيجابية للأفراد بشكل خاص
الناحية السلبية للأفراد بشكل خاص

الناحية الإيجابية للمجتمع ككل
الناحية السلبية للمجتمع ككل

هدف المقارنة

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

إن هدف المقارنات بين ايجابية وسلبية الاعلام هو إيجاد صيغة ومساحة لتغير التوجه في حال السلبية إلى الإيجابية من خلال

- المقارنات داخل المؤسسة
- المقارنات الفردية
- المقارنات المجتمعية
- المقارنات الزمنية
- المقارنات التفكيرية والتوجيهية
- مقارنات وقت الأزمات
- مقارنات طارئة
- مقارنات تفاعلية مع الأحداث



المقارنات داخل المؤسسة

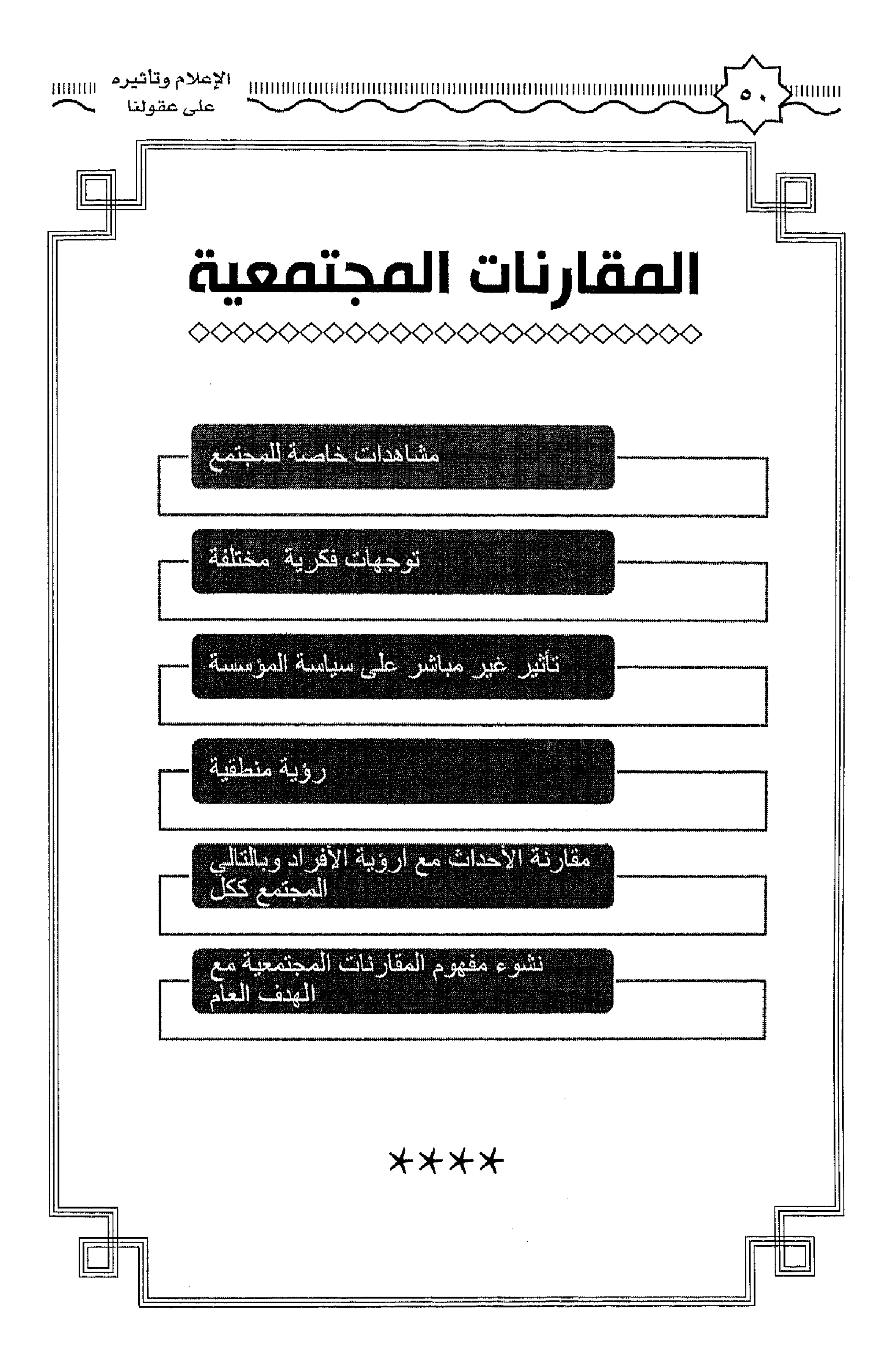
- أقسام خاصة داخل المؤسسة
- توجهات مشتركة
- سياسة المؤسسة
- رؤية واضحة
- مقارنة الأحداث مع الرؤية
- نشوء مفهوم المقارنات داخل المؤسسة

****



المقارنات الفردية

****



المقارنات المجتمعية

- مشاهدات خاصة للمجتمع
- توجهات فكرية مختلفة
- تأثير غير مباشر على سياسة المؤسسة
- رؤية منطقية
- مقارنة الأحداث مع ارؤية الأفراد وبالتالي المجتمع ككل
- نشوء مفهوم المقارنات المجتمعية مع الهدف العام

****



المقارنات الزمنية

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

****



المقارنات الفكرية والتوجيهية

- أفكار مختلفة
- توجهات فكرية مختلفة
- تأثير غير مباشر على سياسة المؤسسة
- رؤية منطقية ومتنوعة
- مقارنة الأحداث الأفكار والتوجهات
- نشوء مفهوم المقارنات الفكرية

****



مقارنات وقت الأزمات

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

- أفكار مختلفة من خلال أحداث مختلفة
- توجهات فكرية مختلفة
- تأثير غير مباشر على سياسة المؤسسة
- توجهات وحلول
- مقارنة الأحداث الأفكار والتوجهات وتفاعلها مع الأزمات
- نشوء مفهوم المقارنات وقت الأزمات

****

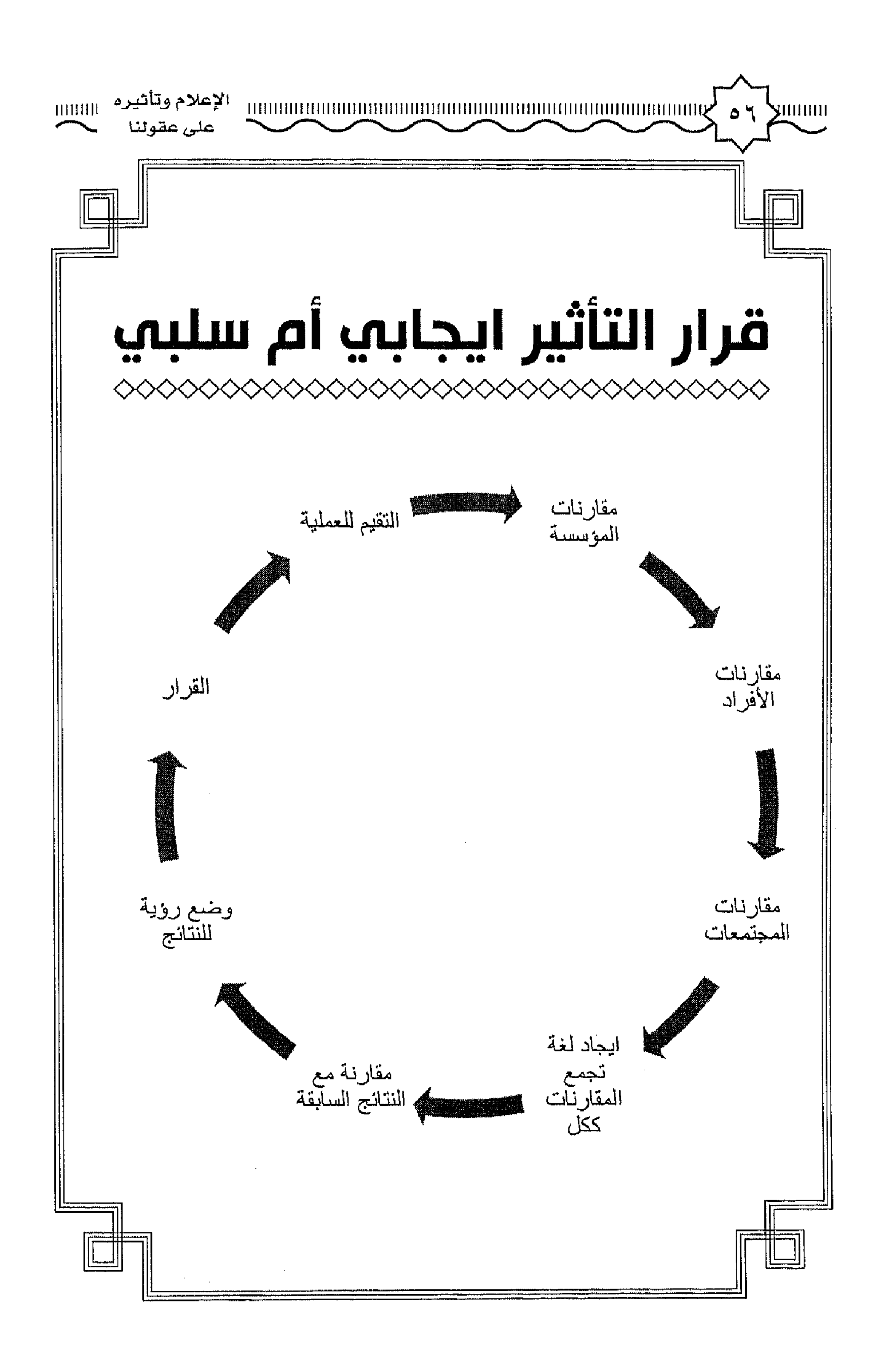


مقارنات طارئة



مقارنات تفاعلية مع الأحداث

والمقارنة التفاعلية يأتي بعد الجمع بين كل أشكال المقارنات السابقة



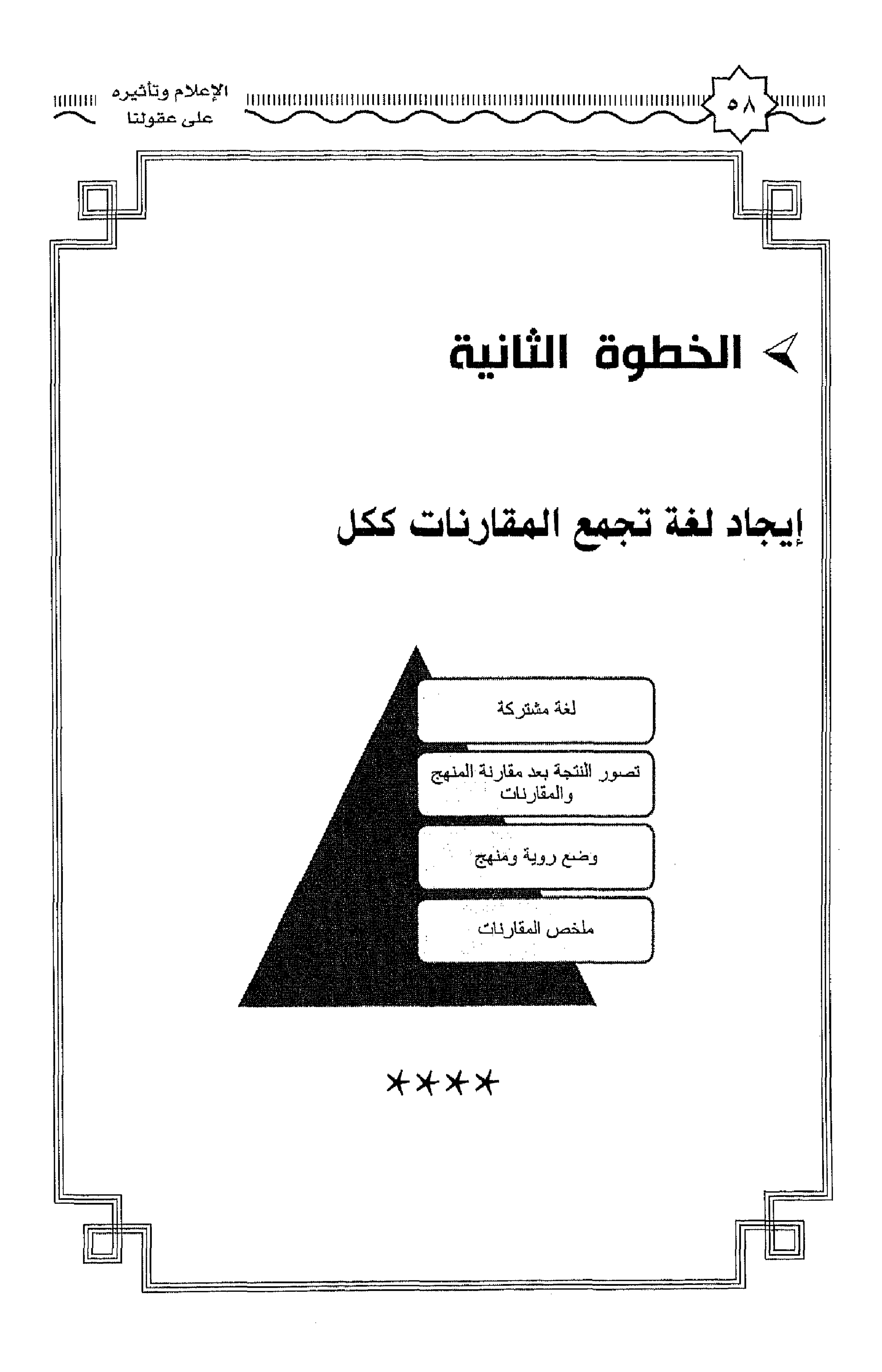
قرار التأثير ايجابي أم سلبي



➢ الخطوة الأولى من عملية اتخاذ القرار

جمع بيانات المقارنات الثلاث

****



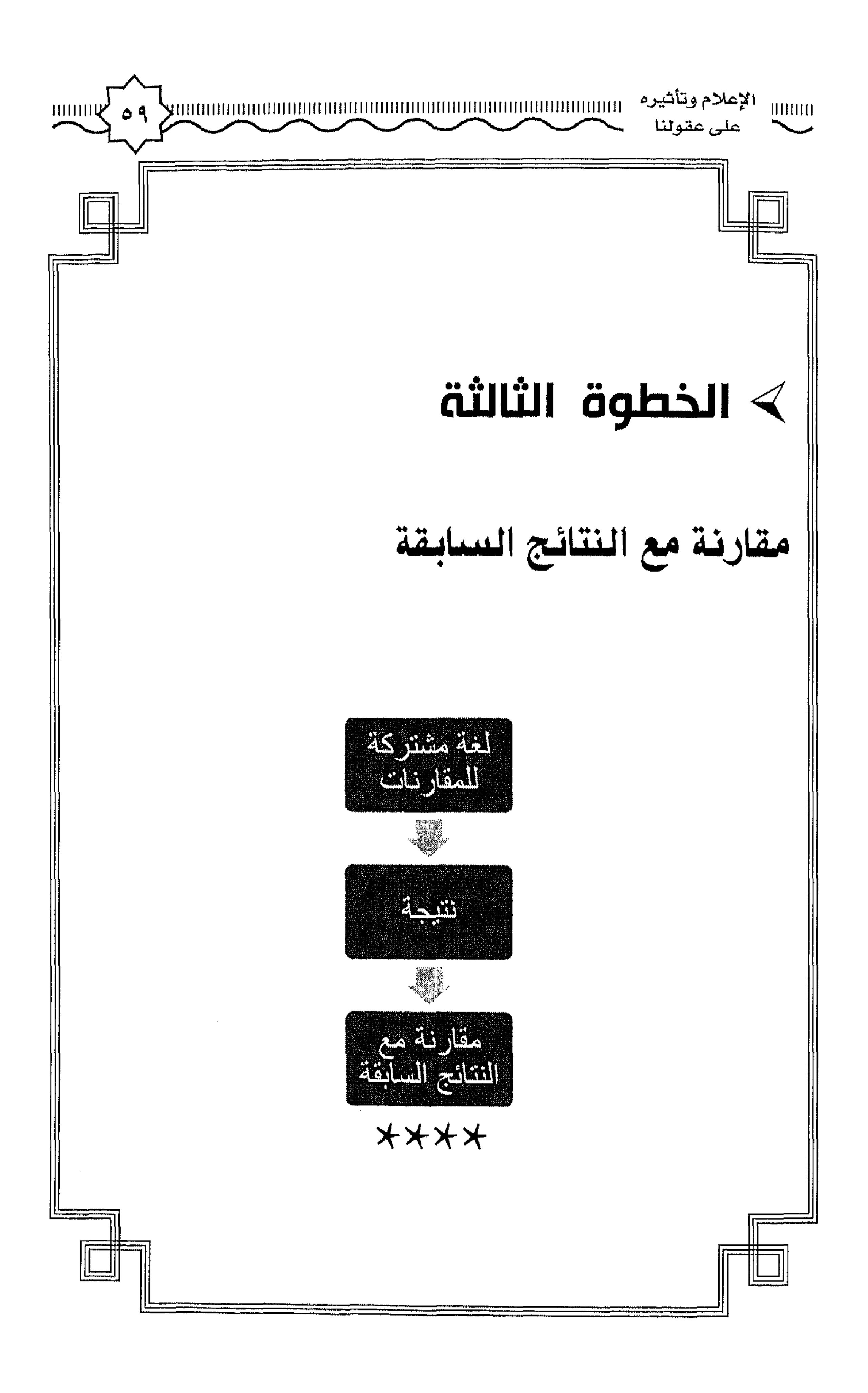
➢ الخطوة الثانية

إيجاد لغة تجمع المقارنات ككل

****

➢ الخطوة الثالثة

مقارنة مع النتائج السابقة



****



➢ الخطوة الرابعة

وضع رؤية للنتائج

****

➢ الخطوة الخامسة

القرار



****

➢ القرار

هــل الإعــلام ايجابــي أم ســلبي ككل أو داخل المؤسسة نفسها

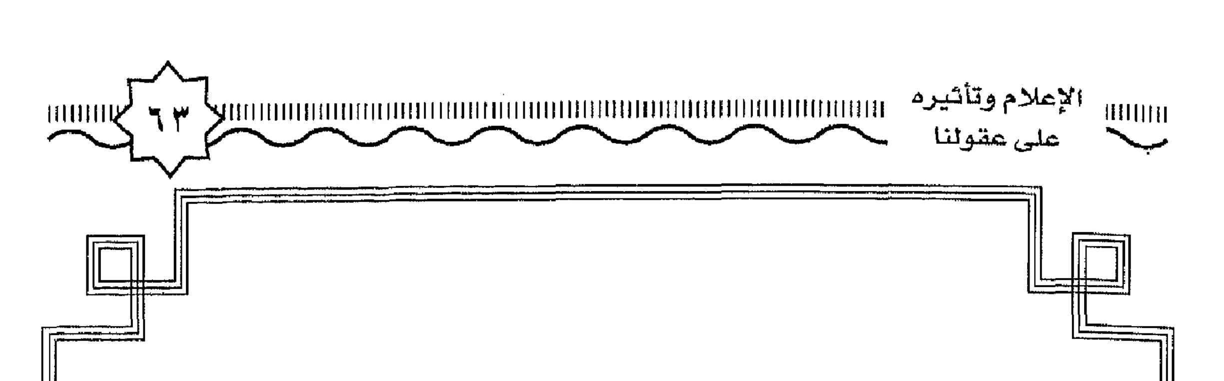
➢ الرؤية

رؤية واضحة تســتند إليهــا عمليــة المقارنات وبالتالــي توجيــه الفكــر والعاطفــة نحــو تلك الرؤية

➢ التفاعل

التفاعل مع عملية المقارنة وايجاد صيغة لعملية اتخــاذ القــرار والتفاعل مــع خطــوات المقارنة والقرار

****

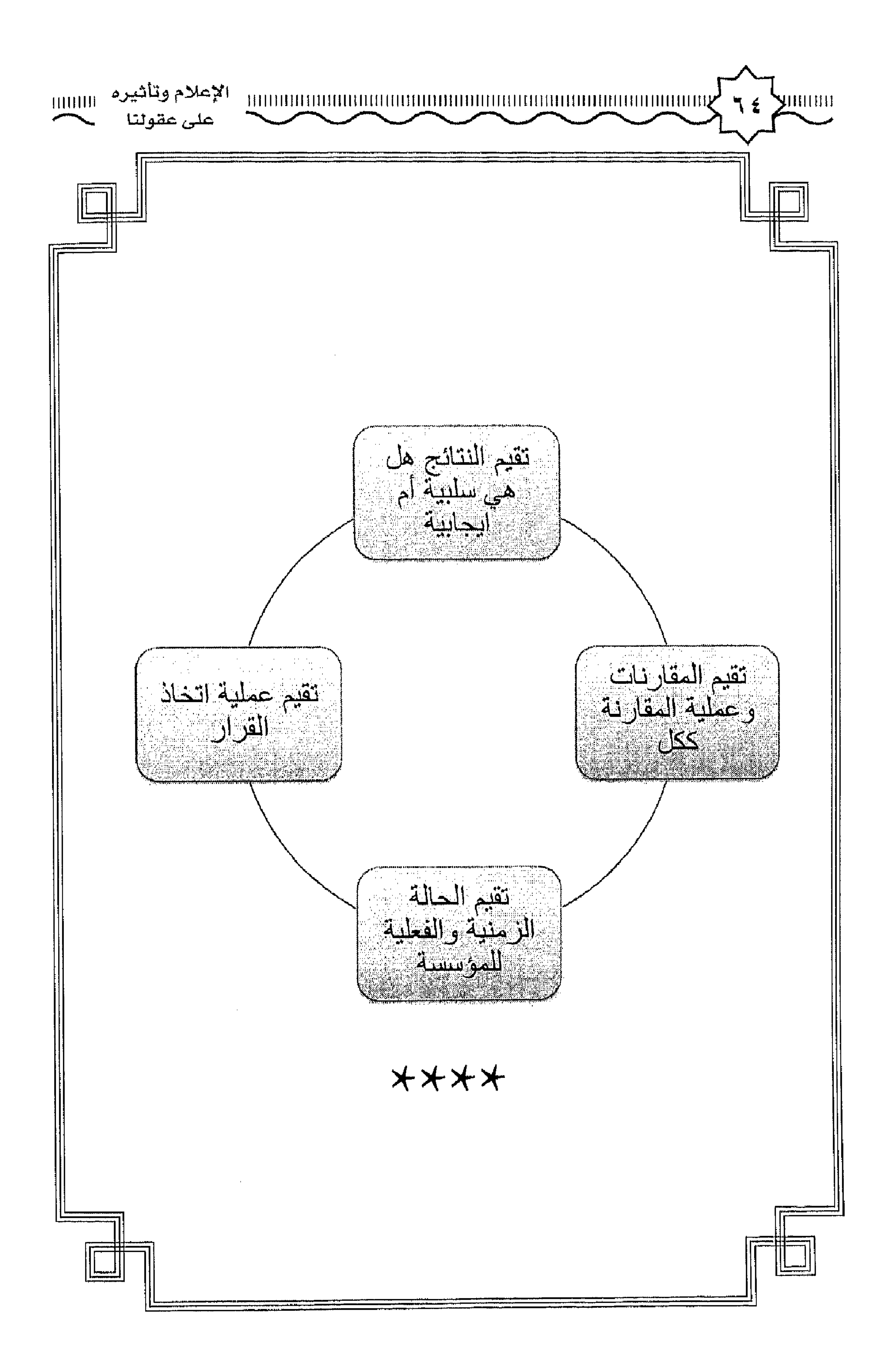


➢ الخطوة السادسة

(التقييم)

والتقييم يكون من خلال

- تقيم النتائج هل هي سلبية أم ايجابية
- تقيم المقارنات وعملية المقارنة ككل
- تقيم الحالة الزمنية والفعلية للمؤسسة
- تقيم عملية اتخاذ القرار


تقيم النتائج هل هي سلبية أم ايجابية
تقيم المقارنات وعملية المقارنة ككل
تقيم الحالة الزمنية والفعلية للمؤسسة
تقيم عملية اتخاذ القرار

****



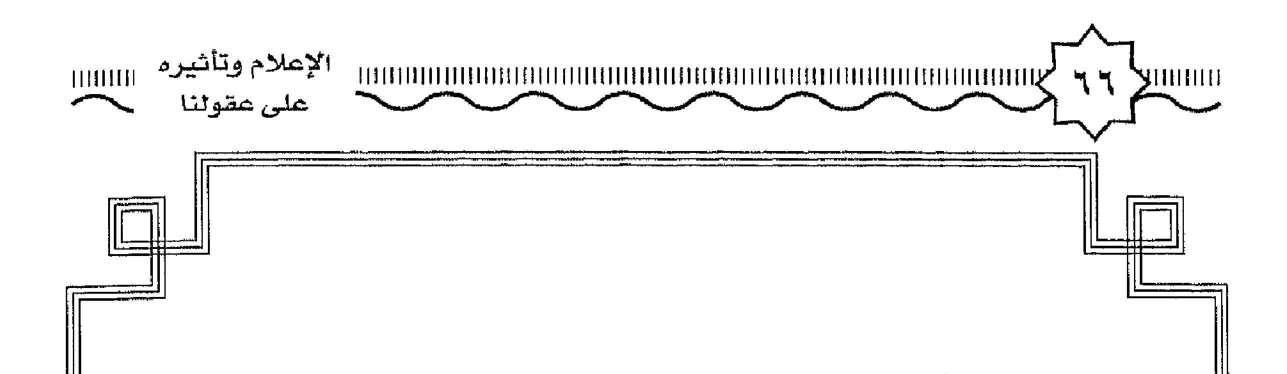
الحيادية والتسييس الإعلامي

هناك مفاهيم تطلق على الإعلام من خلال ما يسمى الإعلام المحايد أو الإعلام ( )

ومن خلال التفكير وجدت إن هذه المصطلحات غير صائبة بغض النظر عن المؤسسة أو الجهة الإعلامية ولكن هناك نوعان من الإعلام أو اتجاهان لا ثالث وهما

- اتجاه خاص أو إعلام خاص
- اتجاه عام أو إعلام عام

****

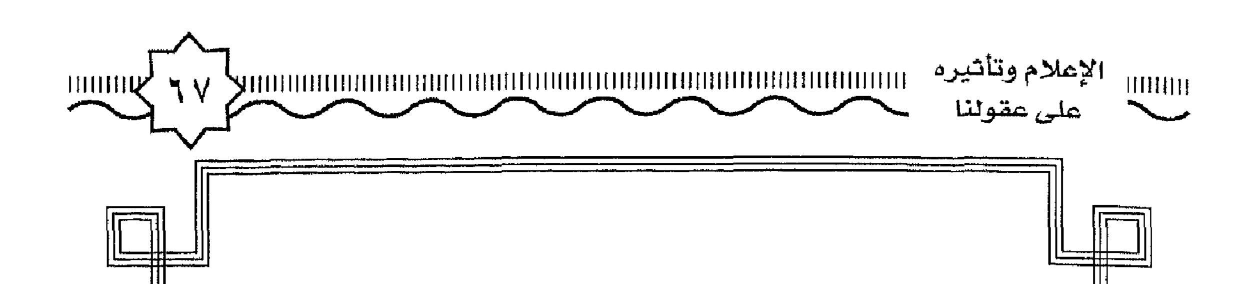


الاتجاه الخاص والإعلام الخاص

هو الإعلام القائم على

- رؤية خاصة
- جهة ممولة خاصة
- كيان خاص
- توجه خاص

****



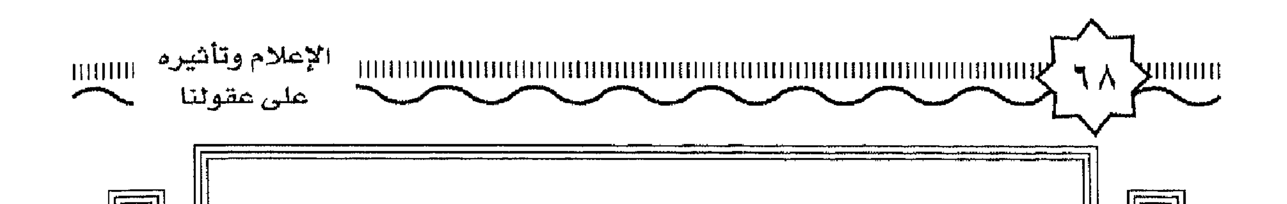
رؤية خاصة

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

الإعلام الخاص يضع رؤية اعتماد على مصلحته الخاصة وليس على مصلحة المشاهد في البداية ولهذا قد يدخل في الرؤيا بعض الاختراقات وهذه الاختراقات

- المصلحة المادية قبل الشفافية
- طرح أفكار سلبية
- تتفاعل وتأثير سلبي على الأفراد

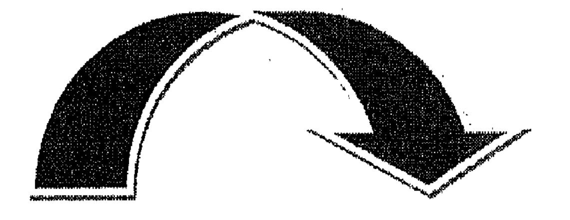
****



جهة ممولة خاصة

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

الإعلام الخاص يحتاج إلى أموال خاصة وبالتالي تتبع لجهة خاصة وينطق أفكار المؤسسة اعتماد ا على تفكير هذه الجهات وبالتالي توجه غير شامل ورؤية لا تستوعب الجميع





كيان خاص

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

يقصد بكيان خاص

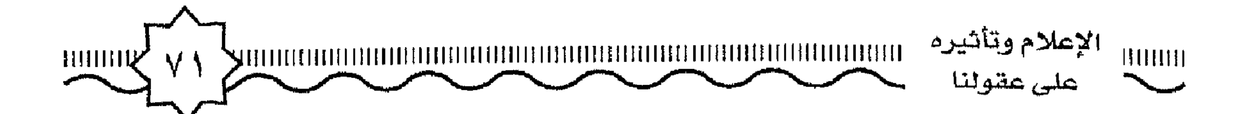
التركيب والتفكير والتوجيه والإدارة والطرح والمناقشات والتفاعل والإعلام ككل يندرج ويتبع سياسة المؤسسة وليس سياسة الإعلام بالمطلق



توجه خاص

الإعلام الخاص هو نتيجة توجه خاص ومنظومة فكرية خاصة والتوجه قد يكون

****



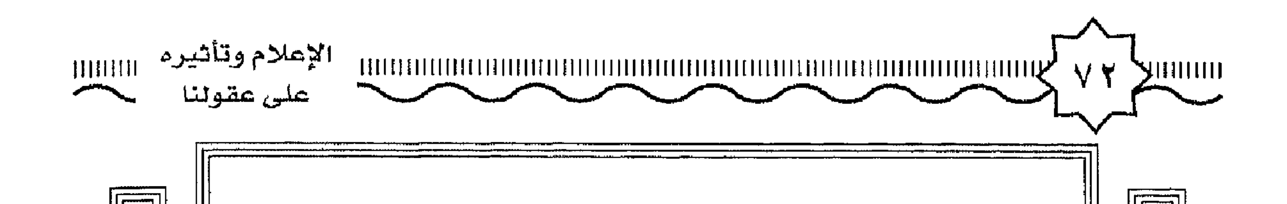
اتجاه عام أو إعلام عام

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

➢ هو الإعلام القائم على

- رؤية عامة واضحة
- جهة ممولة عامة ومعروفة
- كيان واضح
- توجه واضح وعام

****



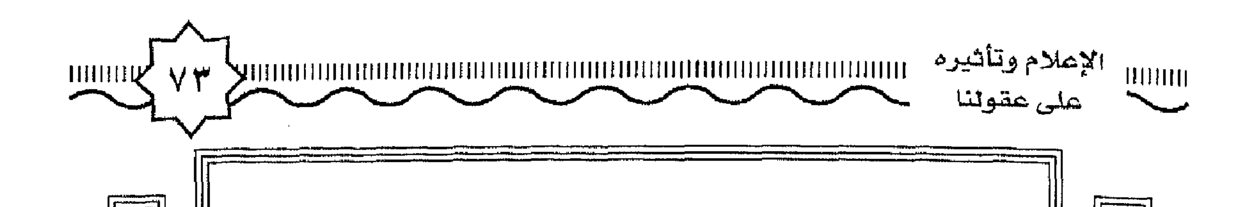
رؤية عامة واضحة

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

الإعلام العام يضع رؤية اعتماد على المصلحة العامة للمجتمعات وليس على مصلحة جهة أو مؤسسة في البداية ولهذا لا يدخل في الرؤيا بعض الاختراقات مثل

- اختراقات المصلحة المادية قبل الشفافية
- اختراقات طرح أفكار سلبية
- اختراقات تتفاعل وتأثير سلبي على الأفراد

****



جهة ممولة عامة وواضحة

الإعلام العام يحتاج إلى أمـوال ويمول من قبل مؤسسـة عليا وواضحة وبالتالـي لا تتبع لجهة خاصة وينطبق أفـكار المؤسسـة اعتماد ا على تفكير هذه الجهات وبالتالي توجه شامل ورؤية تستوعب الجميع

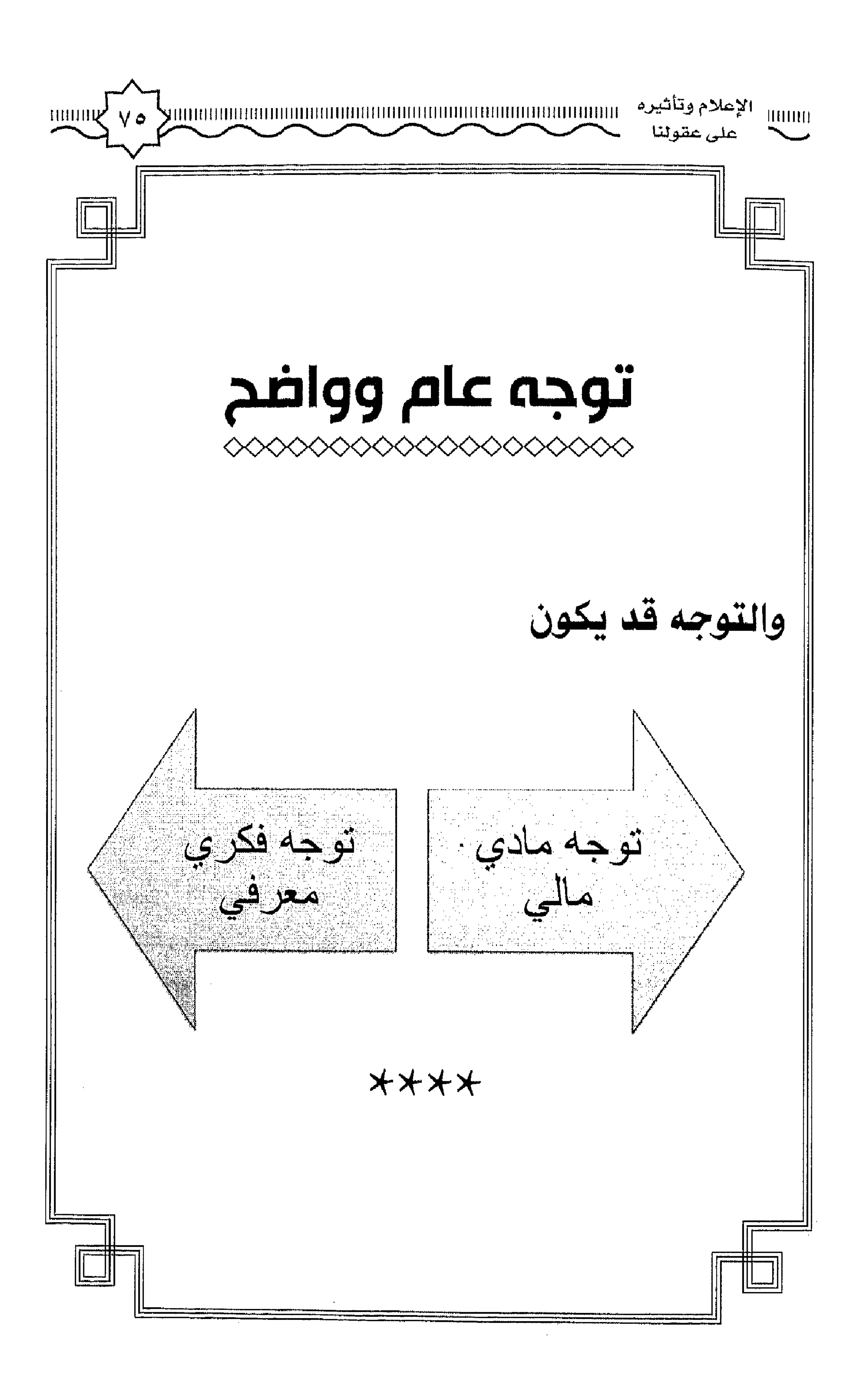




كيان واضح وعام

يقصد بكيان عام

التركيب والتفكير والتوجيه والإدارة والطرح والمناقشات والتفاعل والإعلام ككل يندرج ويتبع سياسة المؤسسة و سياسة الإعلام بالمطلق

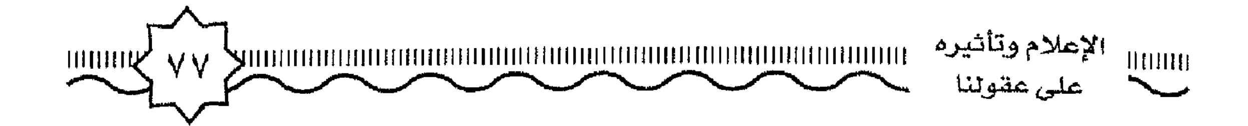

توجه عام وواضح
والتوجه قد يكون
توجه مادي مالي
توجه فكري معرفي
****

هل يمكن أن يتحول الإعلام الخاص إلى عام؟

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

نعم يمكن أن يتحول الإعلام الخاص إلى عام إذا اتبع النهج الكامل للإعلام العام ووضع رؤية معلنة واضحة

****



الإعلام واختلاف

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

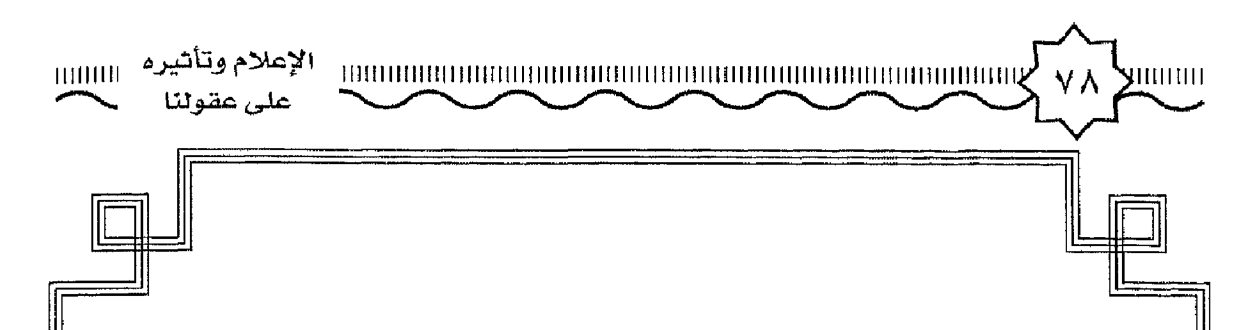
التوجيه والفكر

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

التناقضات بين الإيجابي والسلبي بين الاتجاه إلى الشمال ثم الاتجاه إلى الجنوب بين حب السلام والدعوة للحرب بين الجوع وصرف الأموال دون فائدة، تناقضات تصل إلى ذات الإنسان والتناقضات كثيرة

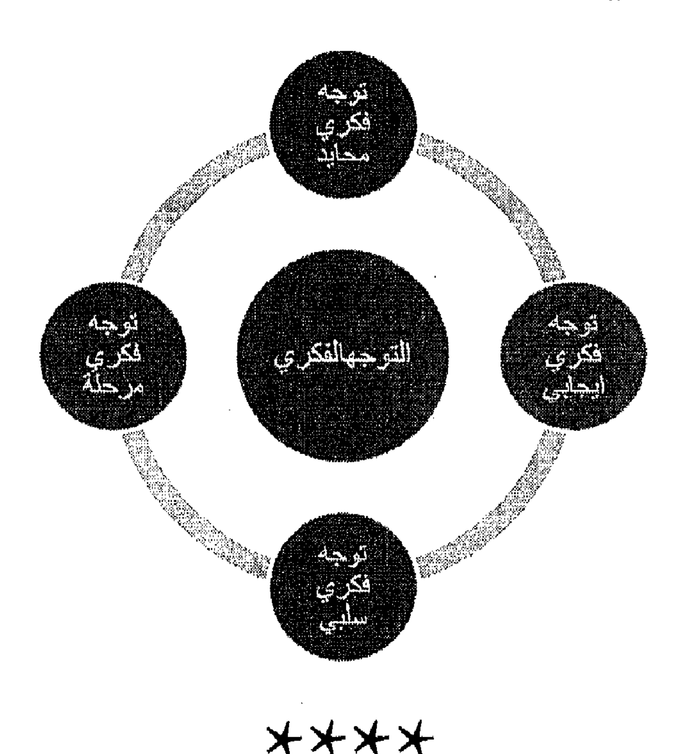
والتوجهات المختلفة ما تأثير الإعلام عليها وهل له دور في تكون توجهات مختلفة؟

****

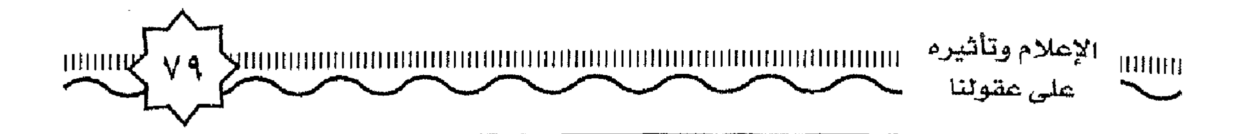


التوجه الفكري

هناك توجهات فكرية قد تكون مختلفة وقد تكون متشابه ولهذا الإعلام قائم بحد ذاته على التوجهات ويدور ضمن الحلقة التالية

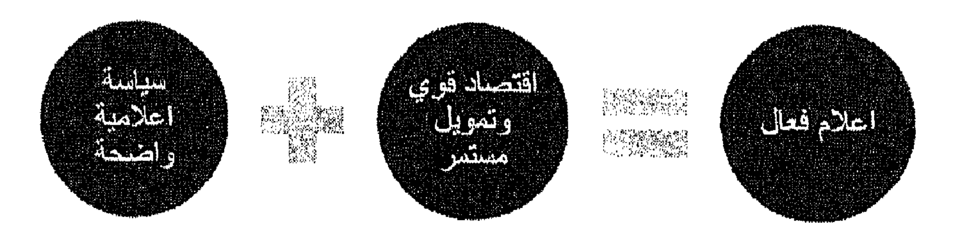


****

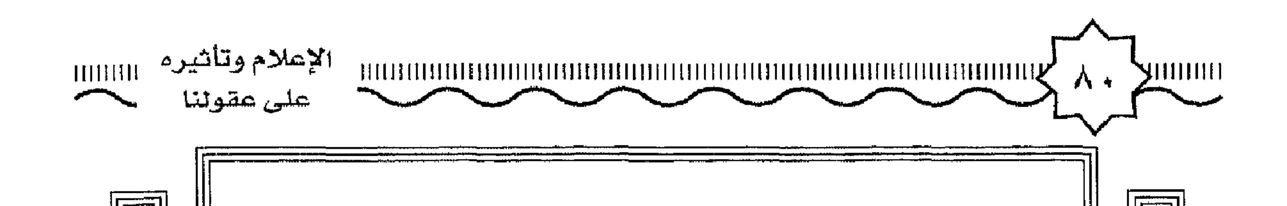


التوجه الاقتصادي

الاقتصاد يغيــر من سياســات الــدول وبالتالي يكــون قــوة لابــد مــن توجــي، وإحــدى عناصر التوجيــه الاقتصادي الإعــلام ولهذا فــو مرتبط ارتباط كلي بالاقتصاد

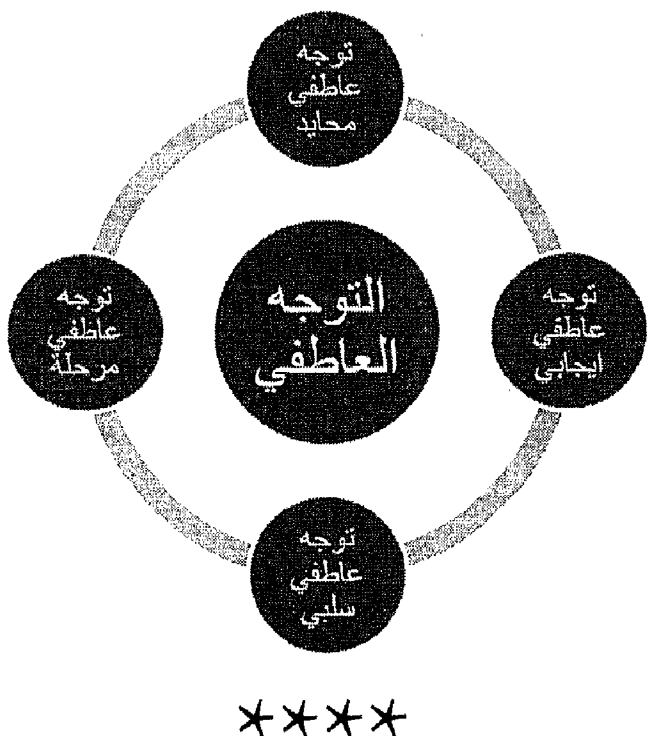


****

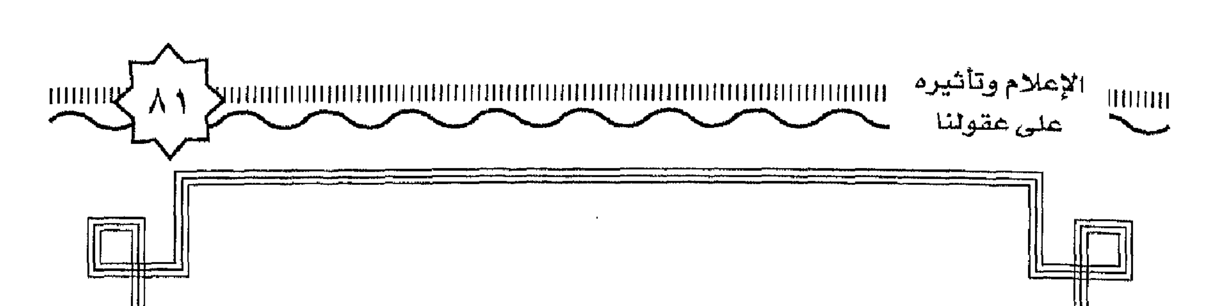


التوجه العاطفي

هناك توجهات عاطفية شعورية قد تكون مختلفة وقد تكون متشابه ولهذا الإعلام قائم بحد ذاته على التوجهات ويدور ضمن الحلقة التالية



****



التوجه السلوكي

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

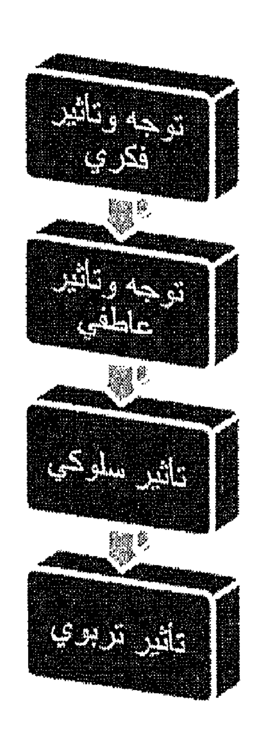
التوجه السلوكي والتأثير السلوكي ينشأ من التوجه الفكري والعاطفي ولهذا فالإعلام يؤثر على السلوك من خلال



****

التوجه التربوي والتعليمي

من خلال التأثير الفكري والعاطفي والتأثير السلوكي، نأتي لمرحلة ما بعد التأثير السلوكي والذي يمس العملية التربوية بشكل مباشر



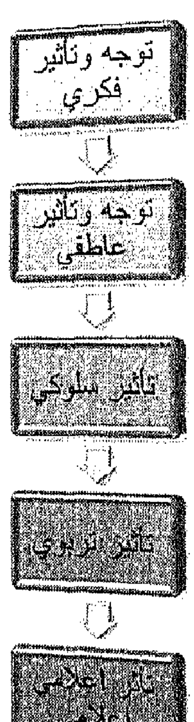
****

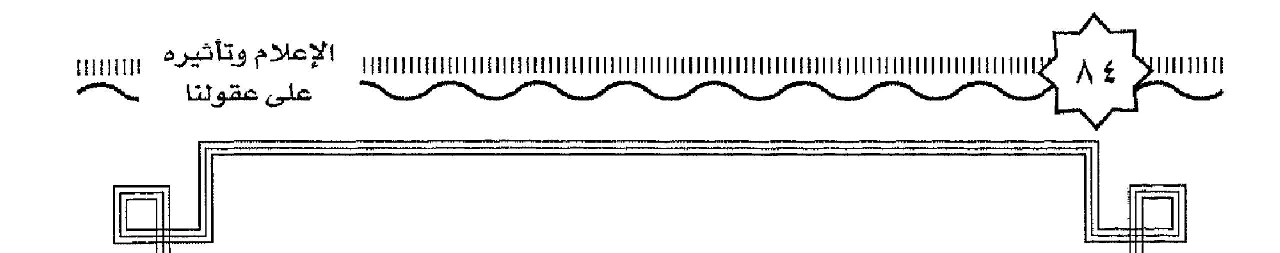
التوجه الإعلامي بحد ذاته

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

بعد التأثير على الناحية التربوية يتأثر الإعلام ويصبح أشبه بالتأثير المرحلة الذي تتغير سياسته بتغير الظروف ولهذا

فالإعلام القائم على رؤية واضحة لا يتأثر بعملية التأثير الإعلامي من جهة أخرى فالإعلام يؤثر على الإعلام

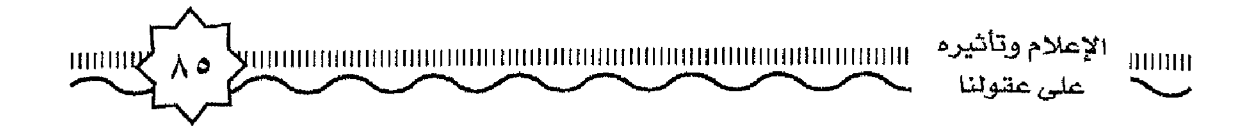




المهنية والموضوعية

تعني احتــرام الأعــلام ككل واحترام المؤسســة واحترام الشفافية والموضوعية الإعلامية وليس هذا فقط بل توجيه الفكر والعاطفة والسلوك ليصبح الإعلام قائم على أخلاق عالية ونبيلة

****

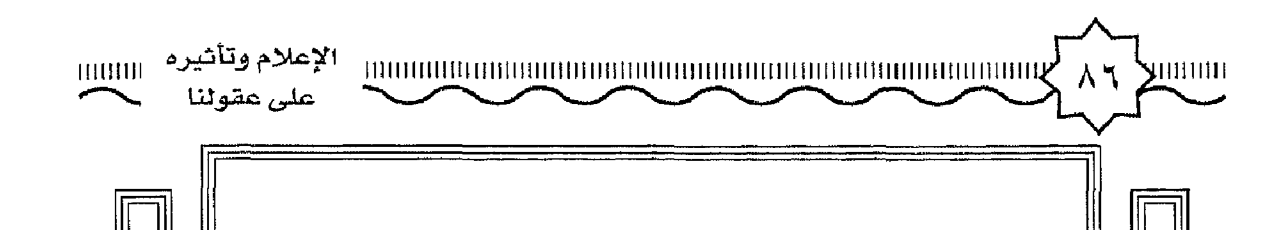


المهنية من خلال الاحترام

لكل مؤسسة كيان وهذا الكيان يحتوي على عناصر بشرية ومادية ولا يمكن أن تبنى المؤسسة دون

- احترام العناصر البشرية بعضها البعض
- احترام العناصر المادية من خلال الحفظ عليها

****



المهنية من خلال طريقة الطرح

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

الطرح يكون مهنيا إذا كان ضمن قواعد وتوجهات المؤسسة من خلال مهنية القواعد نفسها والطرح بحد ذاته أنواع

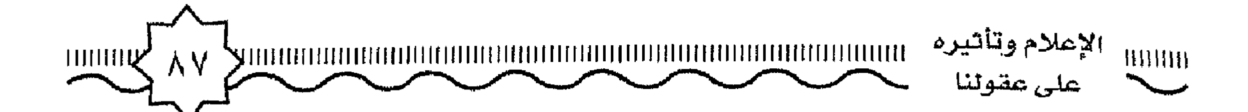
- طرح إيجابي

مثل برامج هادفة

- طرح سلبي

مثل برامج غير هادفة وضارة

****



المهنية من خلال

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

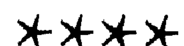
ثقافة التوجيه لا التجريح

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

الإعلام يؤثر وثقافة التأثير يجب أن تكون مبنية على التوجيه وليست قائمة على التجريح

والمهنية من خلال التوجه لها شروط

- معرفة سياسة المؤسسة بشكل دقيق
- معرفة تطابق المهنية مع سياسة المؤسسة
- تطابق التوجيه
- العمل على رفع ثقافة التوجيه
- البدء بعملية التوجيه الغير مباشر
- البدء بعملية التوجيه الفعال



المهنية القائمة على

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

الوازع الأخلاقي الإعلامي

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

لكل فرد خلق يتمثل به وللإعلام أخلاق يتمثل بها ولهذا فالخلق المتوافق مع الأخلاق السليمة والواضحة يجعل من عملية الإعلام عملية ناجحة وفاعلة

خلق مهني ــــــــ إعلامي ناجح وفاعل

****



المهنية من خلال الإدارة

الإدارة هي جزء لا يتجزأ من نجاح عملية الإعلامي الإيجابي والفاعل أو الإعلام السلبي

ادارة
ايجابية

ادارة
سلبية

****

المهنية من خلال

أقسام المؤسسة

ليس مجرد وجود إدارة ناجحة يؤثر ايجابيا على الإعلام بل أقسام المؤسسة المختلفة لها تأثير من خلال

- تواصل إداري مع الأقسام
- رؤية كل قسم على حدا
- عمل واضح وغير عشوائي
- تفاعل ونجاح متكامل

****

المهنية الفردية

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

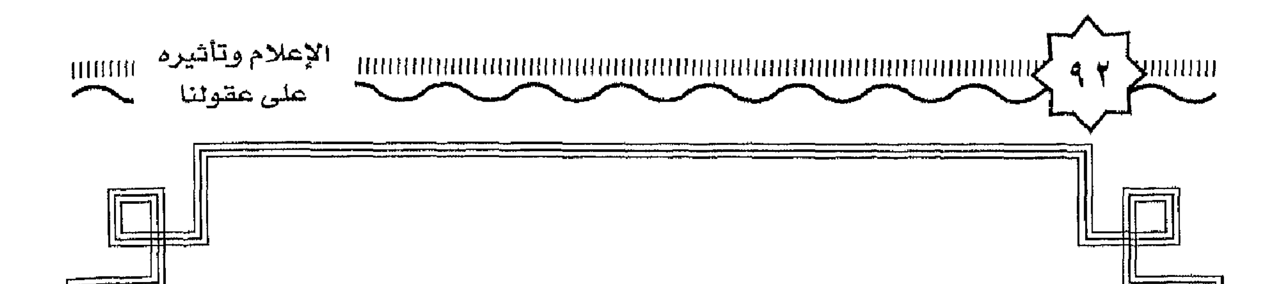
الفرد في المؤسســـة الإعلامية بحد ذاته يحتاج الى شـعور متوافق مـع المؤسســة ودائم من البدايـة وإلا لا يعتبـر عنصـر فاعـل فـي تلك المؤسسة

فالشعور المتوافق والدائم ⟺ إعلام فاعل

فالشعور المتوافق ⟺ إعلام فاعل بشكل مؤقت

فالشعور الغير المتوافق والغير دائم ⟺ إعلام غير فاعل

****

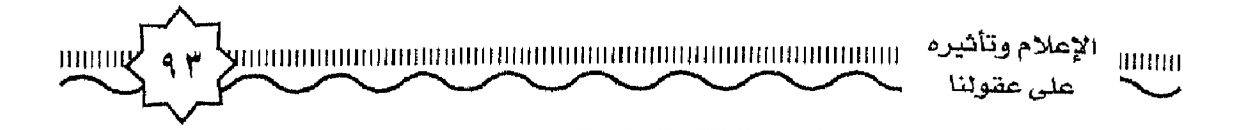


لحظة الحقيقة

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

لابد من وجود لحظات تسمى لحظات الحقيقة وتوجه الأفراد وحتى الإعلام قد يثبت على موقفه تجاه المؤسسة الإعلامية أو تختلف باختلاف هذه اللحظة

****



قواعد لتتفاعل

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

مع لحظة الحقيقة

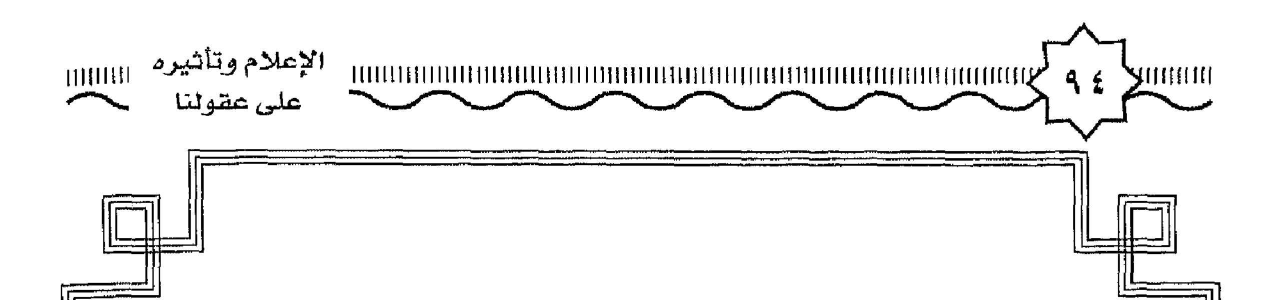
◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

لا تنظر إلى الأعلام على أنه المسبب للمشكلة

تعامل مع الخبر بتأني فإذا اكتمل الصوت والصورة ليس لديك الحق بأن ترفض

راقب الإعلام من خلال عناصر التوجيه الفكرية والمراقبة تكون للفرد والمؤسسة الإعلامية أيضا

قارن الطرح للمشكلة مع سياسة المؤسسة العليا ولكن بشكل حيادي



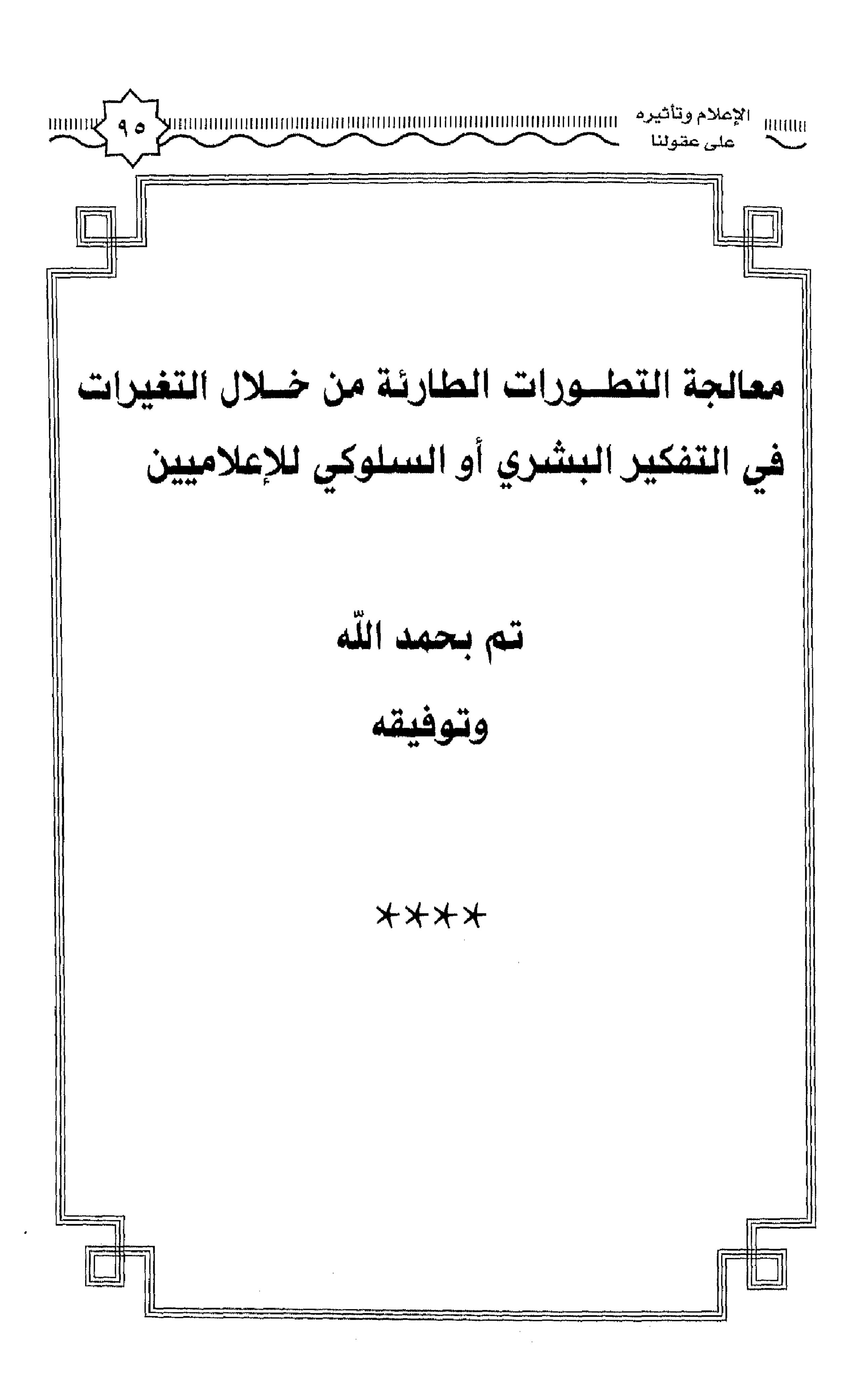
الأعلام يسمح لك بالمناقشة فلا تتردد في طرح توجهاتك

لا تنشأ إعلام مضاد من خلال وضع أفكار وسياسات مضادة ليس لها توجه عام وهادف

لحظة الحقيقة هي بداية العمل الجاد فلا تتردد في نقلها بشكل شفاف

احرص على متابعة الحقيقة حتى لو كان هناك ضغوط

لا تتأثر بالأفكار العشوائية التي قد تتواجد بالمؤسسة الإعلامية بالخطأ



معالجة التطورات الطارئة من خلال التغيرات في التفكير البشري أو السلوكي للإعلاميين

تم بحمد اللّه

وتوفيقه

****

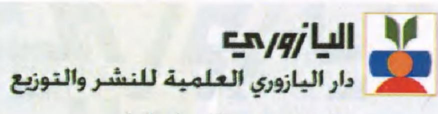
Inv:519

Date:16/2/2016

الإعلام وتأثيره على عقولنا

وكلاء وموزعي دار اليازوري في العالم

الدولة	المدينة	اسم الدار	الهاتف	الدولة	المدينة	اسم الدار	الهاتف
الأردن	عمان	الإدارة العامة	5690904	الأردن	إربد	حمادة للنشر والتوزع	02 7270100
الأردن	عمان	فرع عمان	5690904	الأردن	الكرك	فرع الدار في الكرك	03 2302111
السعودية	الرياض	مؤسسة الجريسي	4039328	ليبيا	طرابلس	مكتبة طرابلس	213601583
السعودية	الرياض	دار الزهراء	4641144	ليبيا	طرابلس	دار الحكمة	213606571
السعودية	الرياض	مكتبة العبيكان	4650071	ليبيا	طرابلس	الدار العربية للكتاب	3330384
السعودية	الرياض	مكتبة جرير التجارية	4626000	ليبيا	طرابلس	دار الرواد	3350333
السعودية	الرياض	مكتبة الخريجي	4646258	العراق	بغداد	مكتبة دجلة	0096418170792
السعودية	جدة	مكتبة كنوز المعرفة	6570628	العراق	الموصل	دار ابن الأثير	7702036776
السعودية	الدمام	مكتبة المتنبي	8272906	العراق	بغداد	مكتبة الذاكرة	796449420
السعودية	المنورة	مكتبة الزمان	8366666	الكويت	الكويت	مكتبة ذات السلاسل	466255
السعودية	الرياض	مكتبة الرشد	4593451	فلسطين	غزة	مكتبة سمير منصور	97082825688
السعودية	الرياض	دار المريخ	4657939	فلسطين	رام الله	مكتبة الشروق	02-2961614
السعودية	الرياض	مكتبة الشقري	4611717	فلسطين	الخليل	مكتبة دنديس	2225174
السعودية	جدة	تهامة للنشر	65152845	فلسطين	رام الله	دار الرعاة	22961613
السعودية	جدة	مكتبة المأمون	6446614	فلسطين	غزة	مكتبة اليازجي	287099
السعودية	مكة المكرمة	مكتبة الثقافة	5429049	سورية	دمشق	مكتبة النوري	2311189
الجزائر	الجزائر	دار الثقافة العلمية	21541135	سورية	حلب	دار القلم العربي	2113129
الجزائر	وهران	دار ابن النديم	41359788	السودان	الخرطوم	الدار السودانية للكتب	6780031
الجزائر	الجزائر	دار الكتاب الحديث	354105	البحرين	المنامة	المكتبة الوطنية	293840
الجزائر	الجزائر	مؤسسة الضحى	214660	البحرين	المنامة	المكتبة العلمية	7786300
الجزائر	الجزائر	دار ابن باديس	645900	البحرين	المنامة	مؤسسة الايام	725111
الجزائر	وهران	دار العزة والكرامة	41540793	البحرين	المنامة	مكتبة فخراوي	591118
الجزائر	قسنطينة	دار اليمن	961869	فرنسا	باريس	معهد العالم العربي	140513809
الجزائر	قسنطينة	ألفا للوثائق	0770906434	المغرب	أغادير	مكتبة وراقة الجنوب	0528217144
الجزائر	الجزائر	دار البصائر	495735	المغرب	الدار البيضاء	المركز الثقافي	[illegible]
الجزائر	الجزائر	مكتبة الأصالة	243602	سلطنة عمان	روي	مكتبة القرآن	[illegible]
الجزائر	الجزائر	دار الهدى	021966220	المملكة المتحدة	لندن	مكتبة الس	[illegible]
مصر	مدينة نصر	دار الشروق	4023399	أميركا	لوس أنجلس	مكتبة جر	[illegible]
مصر	القاهرة	مكتبة مدبولي	5756421	اليمن	صنعاء	الدار العلم	[illegible]
مصر	القاهرة	دار الفجر	6246252	اليمن	صنعاء	دار العلوم الح	[illegible]
مصر	القاهرة	الهيئة المصرية العامة	25775371	اليمن	صنعاء	دار الكلمة	[illegible]
مصر	القاهرة	مجموعة النيل العربية	2026717135	اليمن	صنعاء	دار الكتاب الجا	[illegible]
مصر	القاهرة	الشركة العربية المتحدة	22705844				



دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع
عمان - العبدلي - مقابل مجلس النواب
هاتف: 4626626 6 962+ تلفاكس: 4614185 6 962+
ص. ب: 520646 الرمز البريدي: 11152
info@yazori.com www.yazori.com




9 789957 127695